



2025

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



MEMORIA



UNIVERSIDAD AMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE POSGRADO

III CONGRESO INTERNACIONAL DE
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

23 y 24 de Octubre, 2025

EJES TEMÁTICOS

Administración y Gestión Empresarial
Comercialización e Investigación de Mercados
Emprendedurismo e Innovación y TIC´s
Gestión del Talento Humano en las organizaciones
Desarrollo sostenible y medio ambiente
Crecimiento y desarrollo económico
Contabilidad Financiera y Tributación
Desarrollo turístico sostenible

Laboratorio de Investigación, Desarrollo e Innovación,
Universidad Americana, Lab-iDi UA.

Avda. Brasilia 1.100 | Telef. 021 729 4900
miguel.leiva@americana.edu.py

ASUNCIÓN
2025

AUTORIDADES

Rector: Dr. Sergio Duarte Massi

Vicerrectora: Mg. Yudith Espinola

Decana: Dra. Katherin Arrua

Director de Posgrado: Dr. Gabriel Pereira

Director de Investigación: Dr. Herib Caballero Campos

Laboratorio de Investigación, Desarrollo e Innovación

Lab-iDi – Área de Negocios y Economía

Coordinador: Dr. Miguel Ardenis Leiva Ojeda

Miembros del Laboratorio:

Dr. Gabriel Pereira (Director Escuela de Posgrado)

Dra. Katherin Arrua (Decana FACEA)

Dra. Chap Kau Kwan Chung (ADM)

Lic. Carlos Rafael Riquelme (ADM)

Mg. Arturo González (ICA)

Dr. Marcelo Ferrer (ICA)

M. Sc. Silvio Eduardo Becker (MKT)

Lic. Hernán Suty (GHT)

Econ. Hugo Cabrera (ECO)

Dr. Marcelo Echague (ECO)

Lic. Irma Maurandi (CIN)

Lic. Verónica Benítez (CIN)

Mg. Raquel Ibarra (CONTA)

Dr. Walter Ovelar (CONTA)



Comité Organizador

Dra. Katherin Arrua
Dr. Gabriel Pereira
Dr. Miguel Leiva
Mg. Cynthia Valiente
Mg. Shirley Gaona

Comité Editorial

Directora de Extensión Universitaria y Vinculación con el Medio:

Mg. Perla Marilín Sotto Giménez

Edición general: Adriana Zacarías

Maquetación: Brenda Galeano

Prensa: Lic. Mario Larroza

Prensa: Sofia Cabañas

Colaboradores:

Directora de Administración de Empresas: Mg. Lurdes Saffi

Directora de Gestión Hotelería y Turismo: Lic. Hernán Sutti

Directora de Contaduría Pública: Mg. Marcela Saldívar

Directora de Ingeniería Comercial: Mg. Liliana Martínez

Director de Economía: Econ. Hugo Cabrera

Directora de Ingeniería en Marketing y Publicidad: Ing. María Laura Ríos

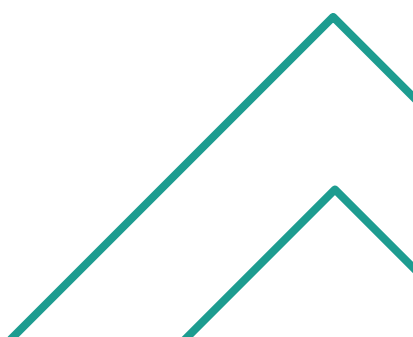
Directora de Comercio Internacional: Mg. Antonella Arce

Coordinadora Área de Negocios: Mg. Cynthia Valiente

Coordinadora Área de Diplomados: Lic. Pamela Sanabria

Coordinadora Área de Ciencias Sociales: Sara Hein

Coordinadora de Gestión: Mg. Gloria Bernal



Docentes:

Sara Hein

Eduardo Becker

María José Cuevas

Marcelo Carballo

María Angélica Gómez

Lorena Tamara Gómez

Paola Ibarra

Johana Giménez

Silvia Méreles

Dominga Resquín

Pamela Sanabria

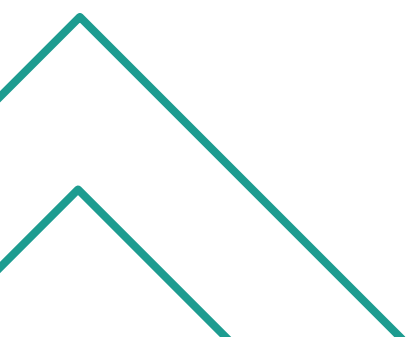
Maximino Ayala

Fabiola López

Pedro Vera

*Los trabajos presentados y publicados son
de responsabilidad de sus autores.*

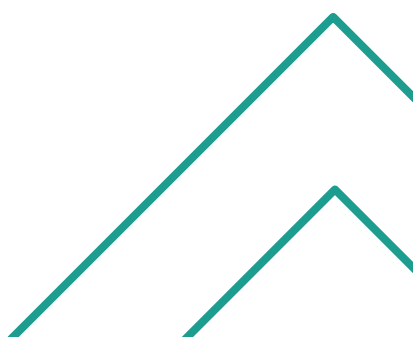
*Se autoriza la reproducción de los textos y
gráficos siempre que se cite la fuente.*





ÍNDICE

Resumen	8
Fotografías	9
Presentación	11
Momento Artístico	14
Ponencias	15
Momento de Ponencias de trabajos de investigación	17
Investigaciones	21
Posters	43
Premiaciones y Reconocimientos	65



 **+ 800 Participantes**

 **4 Disertantes Internacionales**

 **2 Disertantes Nacionales**

 **21 Investigaciones presentadas**

 **26 Pósters presentados**

 **70 Investigadores**

 **320 Participantes virtuales**

FOTOGRAFÍAS



FOTOGRAFÍAS



PRESENTACIÓN

Con el objetivo de consolidar la investigación como pilar fundamental en la formación académica y profesional, la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y la Escuela de Posgrado de la Universidad Americana desarrollaron el III Congreso de Investigación. Este evento busca fomentar la investigación científica, alineando los temas a las necesidades ambientales, el Plan Nacional 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Este congreso ha sido diseñado estratégicamente para reunir a una audiencia diversa y global, **incluyendo profesionales destacados, académicos, estudiantes de posgrado e investigadores de alto nivel.** Buscamos fomentar un diálogo enriquecedor entre especialistas nacionales e internacionales, creando un foro ideal para la difusión del conocimiento. Es una oportunidad crucial para establecer redes de colaboración y exponer los avances más recientes de la investigación en nuestra área.

La convocatoria a la presentación de trabajos se estructuró en ocho ejes temáticos clave, diseñados para cubrir las áreas de vanguardia de nuestra disciplina. Para maximizar la participación y la interacción, se ofrecieron a los interesados dos modalidades de exposición distintas: la tradicional presentación de ponencia oral y la modalidad de póster científico. Animamos a todos los participantes a elegir la opción que mejor se ajuste a su investigación y objetivos de comunicación.

El evento se desarrolló bajo una modalidad híbrida, combinando sesiones presenciales en la Avda. Brasilia 1.100 con transmisiones en vivo por Zoom. El desarrollo contempla conferencias magistrales, ponencias y el recorrido para visualización de póster en el salón de Innovation Room, tras los cuales los investigadores interactuaron con el público para resolver dudas y profundizar en sus estudios.

Como reconocimiento a su labor, los expositores recibieron certificados durante el desarrollo del congreso. Los asistentes oyentes, por su parte, podrán solicitar su certificado mediante el pago del arancel establecido. Finalmente, la organización se reserva el derecho de compilar y publicar los trabajos en la memoria digital del evento.



Breve reseña del Laboratorio de Investigación, Desarrollo e Innovación

Equipo de Trabajo de Investigación:

Laboratorio de Investigación, Desarrollo e Innovación.

Universidad Americana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA).

Nosotros:

UA Lab- iDi, dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA) de la Universidad Americana y reconocido por la Res. N.º 09/2022 con fecha 16 de mayo 2022 resuelta por el Consejo Superior Universitario de la Universidad Americana.

Estamos orientados a la investigación y desarrollo de soluciones en el área de economía y negocios, con un fuerte énfasis en los componentes humanos y tecnológicos como elementos claves para la innovación y el desarrollo sostenible.

Pretendemos convertirnos en referentes y líderes en investigación en las áreas de economía y negocios en el Paraguay, enfocados en la formación de jóvenes investigadores y en el compromiso con la calidad y excelencia en los proyectos asumidos.



Valores:

Excelencia

Respeto

Integridad

Responsabilidad

Espíritu colaborativo

Misión:

“Fortalecer, desde la academia, el ecosistema de investigación, desarrollo e innovación en el Paraguay, a través de la creación de espacios de diálogo e intercambio, producción científica y experimentación, para la formación de jóvenes investigadores en las áreas de economía y negocios.”

Visión:

“Somos líderes en investigación, desarrollo e innovación en las áreas de economía y negocios a nivel nacional, mediante la excelencia en la producción científica y la formación de jóvenes investigadores.”

Objetivo General

“Desarrollar, desde la academia, un ecosistema de investigación, desarrollo e innovación propicio para el diálogo e intercambio crítico, conducente a la experimentación y producción científica de calidad, apoyados en la formación de jóvenes investigadores en las áreas de economía y negocios.”

REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL MOMENTO ARTÍSTICO DEL EVENTO APERTURA





Mg. Juan Paredes

Director Nacional de Emprendedurismo.

Institución aliada: Viceministerio de Mipymes

Las MiPymes en el Paraguay: El desafío de ampliar oportunidades a través de tecnología y financiamiento

Área temática: Emprendedurismo e Innovación y TIC's

Resumen

La Dirección Nacional de Emprendedurismo (DINAEM) del Ministerio de Industria y Comercio (MIC) de Paraguay tiene como misión central construir un ecosistema robusto para el desarrollo nacional, basándose en cuatro pilares fundamentales: Emprendedurismo, Formalización, Acceso a Financiamiento y Acceso a Mercados.

El contexto de partida revela importantes oportunidades de mejora para las MIPYMES, donde, por ejemplo, solo el 16% de la cartera crediticia está dirigida a ellas, un 93% usa redes sociales sin optimización técnica y un 60% no tiene cuenta bancaria.

El Viceministerio de Emprendimiento e Innovación (DINAEM) impulsa la transformación digital y competitividad del Viceministerio de Mipymes en Paraguay a través de iniciativas como:

- Chequeo Digital: Diagnóstico gratuito en línea para evaluar el nivel de digitalización y generar recomendaciones personalizadas.
- Fortalecimiento Digital: Capacitación y acompañamiento mediante Emprendedores de Servicios Digitales (ESD) y bootcamps.
- Aprendiendo con Meta: Capacitación masiva en herramientas de marketing digital e inteligencia artificial.
- Programa Reinventa: Acompañamiento intensivo para innovación en productos y procesos con apoyo universitario.
- Innova + Conecta: Plataforma que promueve ruedas de negocio, talleres y networking para MIPYMES de sectores estratégicos.
- Estos programas buscan incrementar la formalización, el acceso a financiamiento y la inserción en nuevos mercados.

La DINAEM está ejecutando un plan integral y multifacético para modernizar y potenciar a las MIPYMES paraguayas, combinando diagnóstico, capacitación, financiamiento, mentoría especializada, acceso a tecnología y conexión con mercados, bajo la consigna de poner la transformación digital y la innovación al servicio de su crecimiento y desarrollo sostenible





Mario Giraldo

Experto internacional en marketing, innovación y experiencia en servicio y diseño centrado en el humano. Con más de dos décadas de experiencia en consultoría, investigación y docencia.

Aprendizajes y desafíos para el diseño de innovaciones digitales en servicio

Área temática: Administración y Gestión Empresarial

Resumen

La presentación "Aprendizajes y Desafíos para el Diseño de Innovaciones Digitales en Servicio", a cargo de Mario Eduardo Giraldo Oliveros, resume la investigación de la Alianza 4U en Colombia sobre la implementación de Realidad Aumentada (RA) e Inteligencia Artificial (IA) en servicios.

El estudio, aplicado en PYMEs de ecoturismo, grandes empresas y escuelas de negocios, identifica que, a pesar del gran potencial de mercado, el diseño de estas tecnologías suele estar fragmentado por tecnicismos y metodologías dispares.

Hallazgos Clave:

Facilitadores: La comprensión del negocio, las habilidades blandas, el co-diseño activo de la organización y el involucramiento directivo.

Entorpecedores: La baja madurez digital, la falta de alineación estratégica, la ausencia de diseño de experiencia de usuario (UX) y las limitaciones de conectividad.

Como resultado, se propone un protocolo práctico para guiar la implementación, destacando que el éxito no depende solo de la tecnología, sino de un enfoque humano, organizacional y estratégico que amplifique, no sustituya, la experiencia humana.





Gustavo Gallo

Especialista en comportamiento del consumidor y neuromarketing, con más de 20 años de experiencia en marketing y gestión, y más de 15 en docencia e investigación, integrando neurociencia y estrategia para fortalecer marcas y competitividad.

Institución aliada: Universidad Andina Simón Bolívar

Marcas que mueven mentes: un estudio sobre intención de compra y valor de marca en cafés ecuatorianos

Área temática: Comercialización e Investigación de Mercados

Resumen

El estudio Marcas que mueven mentes analiza el impacto de la marca en la percepción, emoción y preferencia del consumidor ecuatoriano de café, integrando enfoques de neuromarketing y comportamiento del consumidor. A partir de la premisa de que las decisiones de compra se originan en procesos mentales inconscientes (Kahneman, 2011; Plassmann y Karmarkar, 2015), la investigación busca comprender cómo las asociaciones mentales y la notoriedad de marca influyen en la elección del producto más allá de la racionalidad declarada.

El objetivo general fue investigar los efectos conductuales y fisiológicos —atención, emoción y preferencia— generados por diferentes diseños de empaques y marcas de café ecuatorianas, en sus dimensiones consciente e inconsciente. Se aplicó un diseño experimental con métodos hipotético-deductivos y técnicas mixtas, combinando herramientas de neuromarketing (seguimiento ocular, medición pupilar y mapas de calor) con instrumentos declarativos (encuestas y asociaciones libres). La muestra se conformó por jóvenes adultos consumidores frecuentes de café de filtro en la ciudad de Quito, en Ecuador.

Los resultados muestran que las marcas generan un efecto directo en la atención y preferencia, tanto en contextos conscientes como inconscientes. La dilatación pupilar y el tiempo de fijación visual demostraron correlaciones positivas con el gusto por la marca y la estética del empaque, evidenciando que el valor de marca y el atractivo visual actúan como detonantes emocionales automáticos en la elección del consumidor. Asimismo, se observó un efecto halo derivado del contexto de calidad y de la narrativa de marca, reforzando la confianza y percepción positiva del producto. El estudio concluye que el branding no solo comunica identidad, sino que modula la respuesta neurofisiológica del consumidor, confirmando que las marcas efectivamente “mueven mentes”.





Camilo Mendoza

Investigador en innovación tecnológica (CNPq Nivel 1D), especializado en emprendimiento, medio ambiente y energías alternativas. Evaluador del Ministerio de Educación de Brasil y coordinador del Comité de Innovación de la Fundación Araucária.

Institución aliada: Unioeste

El nuevo paradigma del desarrollo territorial innovador

Área temática: Desarrollo sostenible y medio ambiente

Resumen

La conferencia magistral del Prof. Dr. Camilo Freddy Mendoza Morejon presentó un análisis de la economía de exportación de Paraguay, basado en datos de 2019.

Datos relevantes:

Volumen de Comercio: Paraguay era la 100ª economía exportadora del mundo, con un valor total de exportaciones de \$10,6 mil millones.

Importadores Principales:

Exportaciones: Los principales destinos fueron Brasil (\$3.01B), Argentina (\$4.29B) y Chile (\$1.16B).

Importaciones: Los principales orígenes fueron China (\$5.25B), Brasil (\$3.74B) y Estados Unidos (\$1.51B).

Diversificación de Productos: La cancha de exportación e importación es muy diversa, abarcando sectores como:

Agropecuario: Soja, carne, algodón, arroz, cereales y aceites.

Industrial: Productos químicos, materiales de construcción, maquinaria y textiles.

Otros: Minerales, electrónicos y piedras preciosas.

En resumen, la presentación mostró la posición de Paraguay en el comercio global, destacando su fuerte vínculo comercial con los países vecinos y una economía de exportación sustentada principalmente en productos agropecuarios e industriales.





Dr. Maximiliano Ivickas

Coordinador del Departamento de Investigaciones (UCEMA).
Investigador del Instituto Shaw de Estudios Empresariales (UCA).
Docente de grado y posgrado. Consultor independiente.

Institución aliada: Universidad CEMA

Ecosistema Ristretter: Estudio de caso de una empresa argentina innovadora

Área temática: Emprendedurismo e Innovación y TIC's

Resumen

Este trabajo se propone analizar si en las estructuras de networking pesa más la transacción y la especulación en lo que se va a obtener de la red o tiene mayor importancia el valor de las relaciones entre las personas. A partir de este disparador, se trabajará sobre un caso, la empresa de Claudio De Stéfano, para responder una pregunta concreta: ¿qué acciones estratégicas realiza el dueño de la empresa en este sentido? La hipótesis es que la profesionalización de sus estructuras, basada en un grupo de gerentes, le permite aumentar las relaciones y venta de productos de mayor valor agregado; y delega en otros actores la detección de nuevas oportunidades de negocios. El trabajo es de carácter interpretativo y descriptivo. Se realizaron entrevistas y observación participante con el dueño de la empresa en sus actividades cotidianas, además de interactuar con miembros del ecosistema y asistir a diversos eventos durante un año y medio. Con esta investigación, se espera realizar un aporte al campo de los negocios y el mundo emprendedor.





Sabrina Velázquez

Gerente Comercial de Avalon.

Institución aliada: Avalon Casa de Bolsa

Estrategias para empezar a invertir en el mercado de valores

Área temática: Crecimiento y desarrollo económico

Resumen

La presentación de Avalon Casa de Bolsa, a cargo de Sabrina Velázquez, tiene como objetivo educar sobre estrategias básicas para comenzar a invertir en el mercado de valores.

Punto de partida: Se contrasta tener el dinero en efectivo en un banco (donde pierde valor por la inflación) versus invertirlo en una casa de bolsa (donde puede revalorizarse).

Ha brindado recomendaciones como Descubre el perfil de inversionista, Gastar menos de lo que se gana, comenzar a invertir lo antes posible y hacerlo de forma regular.



MOMENTO DE: PONENCIAS DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

Patrimonio Cultural y Turismo: La Filigrana en Luque como atractivo turístico y medio de subsistencia.

Docente: MSc. Fabiola Sánchez Bobadilla, Lic. Hernán Suty Segovia.

Estudiantes:

Analía Fernández.

Chiara Núñez.

Institución: Universidad Americana- Paraguay.

Línea de investigación: Inteligencia Turística.

Resumen:

La investigación tuvo como objetivo analizar el potencial de la filigrana de Luque como atracción turística y medio de subsistencia, mediante un enfoque cualitativo, no experimental, de corte transversal, exploratorio-descriptivo. La población la conformó diecinueve artesanos de la ciudad de Luque dedicados a la orfebrería y principalmente a la técnica de la Filigrana. Como técnica e instrumento de recolección de datos se tuvo la entrevista y una guía de preguntas con veinticuatro ítems y cinco categorías: Aspectos sociodemográficos (P1-5), Perfil productivo del artesano (P6-13), Perfil comercial del artesano (P14-18), Vinculación cultural y turística de oficio artesanal (P19-20) y Vinculación institucional y percepción sobre el oficio y su sostenibilidad (P21-24) aplicados en mayo de 2025 por conveniencia. Los resultados indican que la mayoría de los artesanos están en avanzada edad, principalmente hombre, con años dedicado al oficio y a la técnica de Filigrana. Los procesos productivos son altamente especializados y requieren mucha creatividad y técnica, las herramientas y maquinarias actualmente siguen siendo de elaboración manualmente como la artesanía. La filigrana es un medio de subsistencia para muchas familias que aprendieron la técnica de generación en generación, es muy valorada por turistas de distintas latitudes que visitan la ciudad, sin embargo, existen factores que ponen en riesgo su continuidad como ser: falta de interés por aprender el oficio y de políticas justas para los artesanos. Se concluye la filigrana de Luque es una tradición viva, de trasmisión generacional; representa un pilar de la identidad cultural sostén económico y atractivo turístico.

Palabras clave: Artesanía, Filigrana, Turismo, Patrimonio, Luque



Importancia de la evaluación de desempeño laboral desde la perspectiva de los universitarios de una institución pública en Paraguay, 2025

Docente: Chap Kau Kwan Chung, Myrna Ruiz Díaz

Estudiantes:

Natasha Fabiola Vega Cuellar, María Jorgelina Sosa Viera
Cecilia Magalí Fernández Velázquez

Institución: Universidad Americana- Paraguay.

Línea de investigación: Proceso de administración de recursos humanos

Resumen:

El objetivo general de la investigación es determinar la importancia de la evaluación de desempeño laboral desde la perspectiva de los universitarios de una institución pública en Paraguay, 2025. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo con diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. La población estuvo compuesta por 98.534 universitarios de instituciones privadas en la capital del Paraguay con una muestra de 655 que fue calculada bajo un 96% de nivel de confianza, 4% margen de error y 50% grado de heterogeneidad. La tasa de respuesta fue de 97% (638) participantes. Los criterios de inclusión fueron los siguientes: ser estudiante activo, estar matriculado en el año 2025 en una universidad privada ubicada en Asunción, tener un empleo y participar de manera voluntaria. Se encuestó mediante un cuestionario compuesto por 2 variables, 2 dimensiones, 4 indicadores y 19 ítems realizado por conveniencia en 2025. Los resultados relevan que el tipo de evaluación que llevan a cabo los participantes en su empresa es principalmente de 90° (81%), seguida por 180° (15%). Los ítems con mayores puntuaciones fueron el 5 “La evaluación es útil para el desarrollo personal”, 12 “Me agrada llevar a cabo la evaluación de 90°” y 18 “Se debería establecer un sistema para reconocer y recompensar el buen desempeño”, todos con la misma media ($x=4,9$). Se concluye que la evaluación del desempeño laboral es crucial en el entorno empresarial actual y aunque su implementación requiere tiempo y esfuerzo, es una oportunidad para el crecimiento continuo de la organización.

Palabras clave: Desempeño laboral, lugar de trabajo, universitarios, Paraguay



Evaluar la viabilidad de producir y exportar alimentos para mascotas

Docente: Osvaldo Daniel Cajé Villalba

Estudiantes:

Magali Brönstrup Ortellado.

Institución: Universidad Americana - Paraguay.

Línea de investigación: Técnicas de mercadeo, economía y comercialización

Resumen:

La presente investigación surge de la necesidad de potenciar la industria arrocerá paraguaya mediante el aprovechamiento de sus subproductos en la elaboración de alimentos para mascotas, con el fin de generar valor agregado y diversificación productiva. El estudio se centró en evaluar la viabilidad de producir y exportar este tipo de alimentos a base de arroz hacia el mercado uruguayo, considerando tanto aspectos económicos como sociales y técnicos. Se adoptó un enfoque mixto, combinando entrevistas a referentes de la empresa Farmer S.A., responsable de la producción, con encuestas dirigidas a consumidores potenciales y profesionales del área veterinaria, permitiendo un análisis integral de la percepción del producto y su aceptación en el mercado objetivo. Los resultados evidenciaron una percepción positiva hacia el alimento, destacando su accesibilidad, valor nutricional y respaldo profesional. Desde la perspectiva cuantitativa, el 64,3% de los consumidores mostró disposición a adquirir el producto y el 76,9% de los veterinarios lo recomendó en la dieta de las mascotas. Asimismo, se verificó que la empresa posee infraestructura, experiencia y capacidad logística adecuadas para implementar la línea de producción, cumpliendo con los requisitos normativos necesarios para la exportación. El análisis del mercado uruguayo, incluyendo factores PESTEL, identificó oportunidades en un entorno estable, junto a desafíos regulatorios y competitivos. En conclusión, la investigación demuestra que la iniciativa es económicamente viable, socialmente pertinente y alineada con los lineamientos de sostenibilidad del ODS 12, constituyéndose en oportunidad estratégica para optimizar los recursos del sector arrocerá paraguayo y atender una demanda creciente en el Uruguay.

Palabras clave: Arroz para mascotas, exportar, Uruguay, valor agregado, sostenibilidad



Impacto de la Dolarización de Reservas en la Autonomía Monetaria Paraguaya

Docente: Dr. Marcelo Echague Pastore

Estudiante:

Lucero Vázquez

Institución: Universidad Americana - Paraguay.

Línea de investigación: La Política de Inversión.

Resumen:

Las reservas monetarias internacionales (RMI) se constituyen como un instrumento fundamental de la política monetaria, crediticia y cambiaria de un país. Los bancos centrales en ese sentido suelen erigirse como entes rectores de su administración, generación y custodia, buscando un equilibrio óptimo entre rendimiento y seguridad en lo que respecta a su inversión. En muchas economías en desarrollo, sin embargo, se tiende a concentrar la mayoría de las RMI en dólares estadounidenses (USD), atendiendo a motivos históricos vinculados a su función como moneda de refugio ante sucesivas crisis de inestabilidad macroeconómica. En ese sentido, el caso del Banco Central del Paraguay (BCP) no escapa a dicha tendencia de acumulación de reservas en USD, y por ende corresponde analizar en esta investigación si tal situación no le resta autoridad monetaria a dicha entidad y si, en todo caso, pudieran recomendarse mejores opciones de administración de reservas para mejorar el retorno de estas inversiones. Una revisión de la literatura basada mayormente en buenas prácticas internacionales establecidas por el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Banco Internacional de Pagos, sugieren efectivamente que una mayor diversificación de RMI, tanto en instrumentos como en divisas extranjeras, conducen a resultados tangibles en materia de riesgo-rendimiento y autonomía monetaria. La experiencia positiva del Banco do Brasil parece indicar entonces el camino a seguir para el BCP a la hora de ajustar su propia formulación de políticas de administración de reservas en aras de una gradual desdolarización de las mismas.

Palabras clave: Banco Central del Paraguay, Reservas Monetarias Internacionales, Dolarización



Implementación de la Inteligencia Artificial en el uso óptimo de los recursos financieros de una empresa de telecomunicaciones en Paraguay, periodo 2022

Docente: Chap Kau Kwan Chung

Estudiantes:

Richard Anthony Arévalos Centurión, Diego Ezequiel Muriel Rodas
Rodrigo Ezequiel Benítez Deleón, Sebastián Alejandro Escobar Garcete,
Sebastián de Jesús Sánchez Ramírez

Institución: Universidad Americana- Paraguay.

Línea de investigación: Administración Financiera.

Resumen:

El trabajo pretende analizar la implementación de la Inteligencia Artificial en el uso óptimo de los recursos financieros de una empresa de telecomunicaciones en Paraguay, periodo 2022. Se fundamentó en un enfoque cualitativo con un diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Se entrevistó a un funcionario con cargo administrativo de la empresa, aplicando un cuestionario de 18 preguntas cerradas por juicio en el 2025. Los resultados más relevantes fueron: Reducción de los costos operativos en un 12% en logística; detección y bloqueos de 4.500 transacciones sospechosas (representando un 40% de aumento en detección comparado con 2021); Automatización del 80% de los procesos contables (facturación, conciliaciones, cierre mensual); Cierre mensual pasó de 15 días a 5 días; Optimización de logística y transporte (ROI de 6:1); Automatización contable y nómina (ROI de 4,5:1) y Prevención de fraudes (ROI de 3,5:1) y el payback fue de aproximadamente 8 meses.

Se concluye que la implementación de la IA en la empresa tuvo un impacto positivo en el uso óptimo de sus recursos financieros. La automatización de procesos, la mejora en la toma de decisiones y la reducción de costos operativos fueron resultados concretos que demuestran cómo la tecnología puede ser una aliada estratégica.

Palabras clave: Inteligencia artificial, gestión financiera, recursos financieros, telecomunicaciones



Preferencias en la elección de movilidad: transporte privado (buses de larga distancia) o vehículo propio para viajar a Ciudad del Este o Encarnación, Paraguay (2025)

Docente: Carolina Beatriz Espínola Portillo

Estudiantes:

Vicente de Jesús San Martín Bazán, Aramí Asunción Paredes Insfrán
Janina Paola Páez Cabrera, Yanina Soledad Ruiz Díaz Meza

Institución: Universidad Americana- Paraguay.

Línea de investigación: Inteligencia Turística

Resumen:

Este proyecto surgió con el objetivo de analizar los factores de preferencia de los turistas que viajan tanto a Encarnación como a Ciudad del Este, particularmente para saber qué vehículos prefieren utilizar (vehículos propios o buses de larga distancia) y mediante qué factores basan dichas preferencias. Estos últimos fueron determinados por ciertos criterios a los que llamaremos atributos, de los cuales podemos citar: comodidad, seguridad, costos, etc. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo.

Esto fue mediante la implementación de encuestas, realizadas en línea, difundida a través de WhatsApp para una mayor accesibilidad. En base a los resultados se comprobó una importante inclinación por el vehículo propio como medio de transporte elegido. Se destacó también que hay áreas que se pueden mejorar, especialmente en cuanto a la seguridad y comodidad de los buses de larga distancia.

Palabras clave: Turismo, movilidad, transporte, preferencia.



Percepción de los consumidores sobre los servicios de banca digital, en 2025

Docente: Silvio Eduardo Becker

Estudiantes:

Gabriela Elisa Luján Díaz Portillo, Ámbar Judith Canale Ortega
Shirley Priscila Troncoso Cahuana, Sofía Raquel Martínez Salcedo.

Institución: Universidad Americana - Paraguay.

Línea de investigación: Sistemas y Métodos de Mercadeo.

Resumen:

La transformación digital ha impactado en el sector financiero, posicionando a la banca digital como una alternativa eficiente y accesible para los consumidores. Este estudio analiza la percepción de los usuarios sobre los servicios de banca digital en Paraguay en 2025, evaluando factores como la comodidad, facilidad de uso, seguridad, confianza, influencia social y marketing digital. Se empleó un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo. Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados son jóvenes adultos, con un uso frecuente de las plataformas digitales: 37% utiliza estos servicios a diario y 31% mensualmente.

La conveniencia y la facilidad de uso son percibidas de manera positiva por el 69% y 77% de los participantes, respectivamente. Sin embargo, un porcentaje menor experimenta dificultades en la navegación y la realización de transferencias. La influencia social y la percepción de tendencias digitales afectan parcialmente la adopción de la banca digital, mientras que la publicidad es recibida con credibilidad moderada. La investigación evidencia que, aunque la banca digital está en fase de consolidación y expansión, persisten desafíos relacionados con la brecha digital, la experiencia del usuario y la confianza en los servicios. En conclusión, la banca digital en Paraguay es valorada por su conveniencia y eficiencia, pero requiere mejoras continuas en seguridad, accesibilidad y confianza para ampliar su adopción y satisfacción del usuario.

Palabras clave: Banca digital, percepción del consumidor, marketing digital, inclusión financiera, Paraguay



Factores de decisión alimentaria en estudiantes universitarios: una mirada desde el marketing social

Docente: Roberto Fonseca Feris

Estudiantes:

Sol Riquelme, Cristhian Alonso, María Arce
Sofia Rodas, Gissela Rodriguez.

Institución: Universidad Americana - Paraguay.

Línea de investigación: Técnicas de información del marketing.

Resumen:

Este trabajo de investigación tiene como propósito analizar el uso del plástico por parte de los estudiantes del primer semestre de la Universidad Americana, durante el año 2025. El enfoque es de diseño cuantitativo, alcance descriptivo, diseño no experimental-transversal. Se aplicó una encuesta dirigida a los estudiantes que frecuentan el patio de comidas de la universidad. La población estuvo compuesta por alumnos del primer semestre de las carreras Marketing y e Ingeniería Comercial. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y se obtuvo una muestra total de 38 participantes. La investigación se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12 relacionado con la producción y consumo responsable, que tiene como meta 12.5 reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización. De los resultados se identificaron como principales fuentes de consumo los vasos plásticos y envases de Tecnopor, lo que evidencia una fuerte presencia de productos de un solo uso dentro del entorno universitario. Un hallazgo principal se relacionó con el hecho de que si bien los estudiantes reconocen el impacto ambiental que genera el uso del plástico, no practican el reciclaje ni la reutilización. Aun así, se nota una buena disposición al cambio, sobre todo si existen alternativas accesibles, más información y apoyo institucional. Por eso, se propone unas ideas sostenibles, como usar utensilios biodegradables, llevar botellas reutilizables y promover campañas de reutilización.

Palabras clave: Plástico, consumo, estudiantes universitarios, sostenibilidad, reciclaje.



Percepción sobre el uso de la plataforma terminal punto de venta (TPV) en las Mipymes del distrito de Cambyretá

Autor/es: Alfredo Damián Schneider Gómez

Institución: Universidad Autónoma de Encarnación

Línea de investigación: Administración y Gestión Empresarial.

Resumen:

El avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha impulsado la transformación digital en las MIPYMES, incluyendo herramientas como la Terminal Punto de Venta (TPV), clave para la eficiencia y modernización comercial. Por ello, la presente investigación trata sobre la adopción y percepciones de las Terminales Punto de Venta (TPV) en las MIPYMES de Cambyretá, identificando patrones de uso, beneficios y barreras. El abordaje del trabajo de investigación fue cuantitativo, método descriptivo donde se aplicó una encuesta de 28 preguntas a $n=20$ MIPYMES, aunque la mayoría disponen ($n=16$) TPV, y $n=4$ no disponen, su utilización es limitada, procesando solo una parte minoritaria de las transacciones. Las empresas medianas mostraron mayor adopción y uso diario, mientras los negocios unipersonales las emplean esporádicamente. Los resultados mostraron que la mayoría de los usuarios percibe eficiencia media-alta ($n=14$) en el uso de Terminal Punto de Venta (TPV), valorando agilidad en transacciones, menor manejo de efectivo y mejor control de ventas. No obstante, un grupo reducido ($n=2$) asoció baja eficiencia con falta de capacitación o problemas de integración. Como principales barreras se identificaron, de que las microempresas jóvenes mostraron resistencia al cambio, mientras que las más consolidadas enfrentan barreras económicas como altos costos por comisiones y mantenimiento. La percepción general fue positiva en cuanto a eficiencia, destacándose beneficios como la agilización de transacciones y el mejor control de ventas, aunque persisten desafíos técnicos y de capacitación. Un segmento considerable ($n=4$) no utiliza Terminal Punto de Venta (TPV), son resistencia principalmente por las comisiones elevadas y preferencia de clientes por pago en efectivo. Estos hallazgos revelan desafíos económicos y culturales en la digitalización comercial. Las conclusiones



subrayan que, pese a sus ventajas operativas que ofrece este tipo de herramientas, la implementación de Terminal Punto de Venta (TPV) en las empresas encuestadas sigue siendo diferente según tamaño y antigüedad en el mercado. Para superar estas limitaciones, se propone: reducir costos mediante alianzas con entidades financieras, implementar programas de capacitación para empresarios y clientes, y fortalecer el soporte técnico local. Estas estrategias integrales podrían mejorar la eficiencia empresarial, promover la inclusión financiera y contribuir al desarrollo económico distrital, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Palabras clave: Digitalización – TPV – MIPYMES – Percepción – TIC – Paraguay.



Diagnóstico de la implementación de los medios de cobro digitales en las veterinarias del distrito de Fram

Autor/es: Sara Osipovich Mazurik

Institución: Universidad Autónoma de Encarnación

Línea de investigación: Emprendimiento, Innovación y Transferencia.

Resumen:

Dentro de las TIC, los medios de pago digitales están transformando la gestión financiera de las MIPYMES, incluidas las clínicas veterinarias, en contexto de creciente competencia y demandas del mercado, la adopción de estas tecnologías se vuelve clave para optimizar procesos, mejorar la experiencia del cliente y garantizar competitividad, esto, se justifica por la creciente demanda de métodos de pagos/cobros digitales a nivel global y local, impulsada por la necesidad de eficiencia, seguridad y adaptación a las preferencias de los clientes. El objetivo fue identificar los tipos de métodos digitales utilizados y describir los desafíos para su implementación en el distrito de Fram, Itapúa. El abordaje del trabajo de investigación fue de enfoque cuantitativo - método descriptivo, la unidad de estudio estuvo conformada por cuatro propietarios ($n=4$) de veterinarias. Los resultados mostraron que las clínicas con menor tiempo en el mercado (0-3 años) aceptan cobros principalmente mediante transferencias bancarias y pagos con tarjeta, mientras que las más consolidadas (4-6 años) utilizan únicamente transferencias vía banca web. Se evidenció una actitud favorable hacia la adopción de nuevos medios digitales, con un aumento significativo en su uso, el nivel de adopción de medios de cobros digitales en las veterinarias es moderado, pero con tendencia creciente marcado por diferencias según la antigüedad de los negocios. Sin embargo, entre los desafíos que enfrenta es que la percepción de seguridad medio - alto, esto atendiendo a la calidad de la conexión a internet. Como también destacaron los costos asociados a las transacciones digitales y las preocupaciones por la privacidad de los datos. Aunque los pagos digitales se están adoptando en el sector veterinario, su implementación efectiva requiere garantizar seguridad en las transacciones y reducir costos operativos. Superar estos desafíos permitirá optimizar la gestión financiera, mejorar la experiencia del cliente y adaptarse a las demandas del mercado actual, para lograrlo, es clave fortalecer la infraestructura tecnológica, minimizar costos y fomentar la confianza en estos medios.

Palabras clave: Digitalización - Medios de cobros - Ciudad de Fram



Descripción de la innovación tecnológica aplicada dentro de las Mipymes del distrito de la Paz – Itapúa

Autor/es: Stephanie Narumi Takahashi González

Institución: Universidad Autónoma de Encarnación

Línea de investigación: Emprendimiento, Innovación y Transferencia

Resumen:

Las innovaciones tecnológicas se han convertido en un factor clave para mejorar la competitividad de las MIPYMES, especialmente en contextos de alta demanda digital y cambios acelerados en el mercado. En esta investigación trato sobre la adopción de innovaciones tecnológicas en las MIPYMES del distrito de La Paz, Itapúa. Esto se justifica por la creciente importancia de la innovación tecnológica en las MIPYMES para mejorar su competitividad, eficiencia y adaptación en un mercado globalizado. Con el objetivo de identificar los tipos de tecnologías utilizadas, el nivel de implementación y las barreras presentes en su incorporación, la investigación fue de enfoque cuantitativo, método descriptivo, donde se aplicó una encuesta de 19 preguntas a n=12 propietarios de MIPYMES pertenecientes a los sectores de agricultura, comercio y servicios. Los resultados mostraron que las 12 MIPYMES encuestada tienen un uso frecuente de herramientas básicas como el acceso a internet y los dispositivos móviles, mientras que la incorporación de tecnologías avanzadas como software de gestión, automatización e inteligencia artificial aún es limitada. Asimismo, se identificaron barreras como la falta de conocimiento sobre el uso de las herramientas tecnológicas, el alto costo de inversión de las herramientas innovadoras, la resistencia al cambio y las limitaciones de infraestructura. Se concluye que, si bien existe un interés creciente por adoptar tecnología, aún persisten desafíos estructurales que dificultan una integración tecnológica más profunda. Por tanto, se recomienda impulsar políticas públicas, capacitaciones y acceso a financiamiento que acompañen a las MIPYMES en su proceso de transformación digital. Las MIPYMES de La Paz Itapúa muestran una adopción incipiente de tecnologías digitales, con predominio de herramientas básicas (internet, móviles) y baja aceptación de soluciones avanzadas (software de gestión). Las empresas recientes (0-3 años) lideran la innovación en productos, mientras que las consolidadas (4 a más años) se enfocan en mejoras incrementales (mejoras en procesos o servicios ya existentes).

Palabras clave: Digitalización - MIPYMES - Innovación - Ciudad de La Paz.



Descripción de las TIC utilizadas en los microemprendimientos de la ciudad de Encarnación

Autor/es: Milena Soledad Benítez Benítez

Institución: Universidad Autónoma de Encarnación

Línea de investigación: Emprendedurismo e Innovación y TIC's

Resumen:

En un contexto pospandémico caracterizado por el auge de nuevos emprendimientos como respuesta a la crisis económica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han consolidado como herramientas fundamentales para el fortalecimiento de los microemprendimientos en la ciudad de Encarnación. Por ello, este estudio tuvo como propósito describir los recursos tecnológicos que utilizan los microemprendimientos en la ciudad de Encarnación e identificar los principales desafíos que enfrentan en la adopción de las TIC. La investigación fue de enfoque cuantitativo, con método descriptivo y diseño transversal. La muestra estuvo compuesta por veintitrés ($n=23$) microemprendimientos seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. El procedimiento del trabajo consistió en visitar las empresas para establecer contacto inicial con los profesionales responsables e invitarlos a participar en el proyecto. Se les explicó el objetivo principal del proyecto para recopilar la información necesaria y, posteriormente, se les acompañó a responder las encuestas a un total de diecinueve ($n=19$) emprendedores y se realizó un seguimiento mediante los medios de comunicación a los cuatro ($n=4$) restantes, especialmente a través de WhatsApp. Se aplicó una encuesta estructurada de preguntas cerradas adaptadas de instrumentos validados previamente. Los datos se trasladaron a una hoja de cálculo y fueron procesadas con el software Jamovi para luego analizar y ordenar en tablas para su posterior análisis mediante la estadística descriptiva. Los resultados de esta investigación muestran que los microemprendimientos de la ciudad de Encarnación han comenzado a incorporar TIC, especialmente herramientas accesibles como dispositivos móviles, computadoras y software de punto de venta (POS). Estas tecnologías son valoradas principalmente por su capacidad para mejorar la visibilidad, facilitar la gestión operativa y fortalecer el contacto con los clientes. No obstante, la adopción de tecnologías más



avanzadas aún es limitada. Entre los principales obstáculos identificados se destacan la falta de capacitación, el desconocimiento de herramientas digitales más complejas, los altos costos de implementación y la ausencia de soporte técnico. A pesar de estas barreras, se observa una actitud positiva hacia la digitalización. Se concluye que, aunque los microemprendimientos en Encarnación han dado pasos importantes hacia la adopción de las herramientas, aún existen brechas que requieren intervenciones específicas en términos de formación, infraestructura y soporte técnico. La integración estratégica de tecnologías más avanzadas podría contribuir a mejorar la competitividad, rentabilidad y sostenibilidad de estos emprendimientos.

Palabras clave: Independencia del Banco Central, Inflación, Política Monetaria.



Análisis Estratégico de la Contribución Económica de Itaipú Binacional al Desarrollo del Paraguay: Gestión, Impacto y Sostenibilidad de sus Recursos en el Marco del Plan Nacional 2025

Autor/es: César Javier Lezcano Rivas, Francisco Daniel Meza Cuenca, Hugo César Villasanti Medina, Luis Arnaldo Valdez Samaniego, Sergio Manuel Bernal Villalba, Gricelda Cañete Ribeiro

Institución: Universidad Americana - Paraguay.

Línea de investigación: Crecimiento y desarrollo económico.

Resumen:

La presente investigación tiene como objetivo analizar, desde una perspectiva estratégica y macroeconómica, la contribución de los recursos generados por la Itaipú Binacional al desarrollo sostenible del Paraguay, en relación con los lineamientos establecidos en el Presupuesto General de la Nación (PGN) 2025, el Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030 y el Plan Estratégico Institucional de Itaipú Binacional. El estudio se enfoca en la planificación, gestión y sostenibilidad de dichos recursos, considerando su impacto directo en las políticas públicas, la inversión en infraestructura, el fortalecimiento fiscal y equidad social. La metodología adoptada corresponde a un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, complementado con un análisis documental detallada de fuentes oficiales, tales como el Informe Presidencial 2025, reportes institucionales de la Itaipú Binacional, datos del Ministerio de Economía y Finanzas y documentos técnicos relacionados con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, se integran herramientas propias del Project Management, incluyendo matrices de impacto y trazabilidad de recursos, con el fin de evaluar la eficiencia y la alineación de las inversiones con las prioridades nacionales. Los resultados evidencian que los ingresos provenientes de royalties, compensaciones por cesión de energía y fondos socioambientales constituyen un pilar estructural para la estabilidad macroeconómica del país. Dichos recursos han permitido incrementar y sostener la inversión pública en sectores estratégicos como la infraestructura vial, la generación y transmisión de energía, la educación, la salud y la protección social. De igual manera, han contribuido a fortalecer las reservas internacionales, a reducir la presión sobre el déficit fiscal y a consolidar proyectos de integración regional y conectividad logística. El



análisis revela que la institucionalidad robusta, la planificación multianual y el monitoreo estratégico de resultados son factores determinantes para optimizar el impacto de los fondos binacionales. La gestión eficiente y transparente de estos recursos no solo asegura su uso responsable, sino que también potencia su capacidad para generar beneficios sostenibles a largo plazo. En este sentido, el estudio identifica que la articulación entre las prioridades del Estado Paraguayo y la visión estratégica de Itaipú es fundamental para garantizar la consistencia de las inversiones con el desarrollo inclusivo y equilibrado del país. A la vez, se observa que la aplicación de principios de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social en la asignación de fondos socioambientales ha permitido financiar proyectos de conservación de ecosistemas, gestión de recursos hídricos, energías limpias y programas comunitarios, alineados con los ODS 6 (Agua limpia y saneamiento), 7 (Energía asequible y no contaminante), 9 (Industria, innovación e infraestructura) y 11 (Ciudades y comunidades sostenibles). Se concluye que la investigación confirma que la Itaipú Binacional, a través de una administración estratégica, eficiente y transparente de sus recursos, desempeña un rol determinante no solo como motor del crecimiento económico, sino también como agente de transformación social y ambiental en el Paraguay. Su aporte trasciende el ámbito energético, consolidándose como un elemento clave en la política pública nacional con proyección hacia la sostenibilidad y competitividad internacional.

Palabras clave: Itaipú Binacional, planificación estratégica, desarrollo económico, inversión pública, sostenibilidad, gestión de proyectos.



Análisis Neutral y Técnico de las Inversiones en Paraguay durante el Periodo 2020-2025

Autor/es: Roger Roman Armoa García, Marcelo Echagüe Pastore

Institución: Universidad Americana - Paraguay

Línea de investigación: Crecimiento y desarrollo económico

Resumen:

La discusión pública en Paraguay sobre inversión e intereses de deuda suele basarse en comparaciones de montos brutos y en promedios anuales, lo que expone a sesgos por estacionalidad, valores atípicos y no-estacionariedad. Desde el punto de vista teórico y econométrico, el tratamiento riguroso de series de tiempo (limpieza, ajuste estacional, verificación de normalidad y estacionariedad, y uso de primeras diferencias cuando corresponde) permite identificar señales de tendencia y variabilidad que no dependen de artefactos del calendario ni de episodios puntuales. Esto habilita la realización de inferencias válidas (tests, intervalos y pronósticos) y evita conclusiones espurias. En términos empíricos y de política pública, un diagnóstico más preciso de la dinámica de inversiones aporta evidencia accionable para la programación presupuestaria, la evaluación de la eficacia del gasto público y la efectiva comunicación de resultados a la ciudadanía (Sims, 1980). El enfoque adoptado mejora la comparabilidad intermensual e interanual, reduce la probabilidad de sobre-reaccionar a picos estacionales y favorece decisiones basadas en información depurada.

En suma, este estudio busca cuantificar el efecto de la desestacionalización sobre la interpretación de la deuda pública en Paraguay, comparando la serie original con su versión ajustada por estacionalidad durante el periodo 2020-2025, a fin de proveer una lectura robusta de la inversión pública que pueda guiar la toma de decisiones y enriquecer el debate de política económica. El trabajo adopta un enfoque cuantitativo, aplicado y no experimental, con diseño longitudinal observacional. Utiliza entonces técnicas econométricas para desestacionalizar la serie mensual de deuda pública de la Administración Central, priorizando datos oficiales del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y Banco Central del Paraguay (BCP), junto con el uso de fuentes multilaterales para contraste.

Los resultados obtenidos indican que la inversión pública entre 2020 y 2025 no ha mostrado alzas ni baja sostenidas, sino más bien subidas y descensos puntuales

Palabras clave: Paraguay; Finanzas Públicas; Estacionalidad; Estacionariedad; Comunicación Económica



La promoción del turismo de la ciudad Tobatí, Paraguay; a través de la artesanía local como destino turístico Cultural

Autor/es: Santiago Ezequiel Maldonado Melgarejo, Fabiola Sánchez Bobadilla

Institución: Universidad Columbia - Paraguay

Línea de investigación: Emprendimiento, Innovación y Transferencia

Resumen:

La ciudad de Tobatí-Paraguay es reconocida como la “Capital de la artesanía y la cerámica”. Su arraigo en la artesanía la convierte en un destino ideal para aquellos interesados en el turismo cultural. Pese al creciente desarrollo turístico de la ciudad se evidencia que aún falta potenciar el sector, de este contexto surge el problema que aborda esta investigación, que consiste en la falta de una mayor promoción del turismo de la ciudad de Tobatí a través su artesanía como destino turístico cultural. Teniendo en cuenta la problemática planteada se presenta el título: La promoción del turismo de la ciudad Tobatí, Paraguay; a través de la artesanía local como destino turístico cultural, y surge la pregunta ¿De qué manera se puede promover el turismo de la ciudad de Tobatí, Paraguay, a través de la artesanía local, como destino turístico cultural? El enfoque de la investigación es mixto, el nivel es descriptivo, las técnicas utilizadas son la encuesta a estudiantes y entrevistas a artesanos de la ciudad, Intendente Municipal, expertos y representantes de instituciones (IPA y la SENATUR). Los datos obtenidos fueron procesados teniendo en cuenta las características de los instrumentos, se interpretaron y se emitieron las conclusiones conforme a los objetivos propuestos. Se considera que este trabajo aporta un análisis del papel de la artesanía local para incrementar el turismo cultural de la ciudad, además propone estrategias de promoción del turismo a través de la artesanía.

Palabras clave: Digitalización - MIPYMES - Innovación - Ciudad de La Paz.



Análisis del perfil profesional requerido por cadenas hoteleras de la ciudad de Asunción, para los puestos operativos de front desk

Autor/es: Tania Ayelén Luján Acuña Cabaña, Fiorella Lizarella Álvarez Maldonado, Ana Luján Armoa Figueredo, Sofía Vanesa Bogado Cabrera, Fabiola Soledad Escobar Brizuela, Tania Ayelén Giménez Miranda, Dulce María Alicia Imaz Yaluk, Carmen Camila López Florentín, Violeta Arlette Mora Flor, Agustina Marisol Peralta López, Blas Antonio Rojas Roman, María Luján Saldívar Barreto, Fiorella Monserrath Yegros Gómez, Romina Abigail Zelaya Valdez. Juan Manuel Llanes Benítez

Institución: Universidad Columbia - Paraguay

Línea de investigación: Gestión del Talento Humano en las organizaciones

Resumen:

La presente investigación tiene como finalidad analizar las competencias laborales que demandan las cadenas internacionales que operan en la ciudad de Asunción, Paraguay, para la incorporación de personal en los puestos operativos de Front Desk y, para ello, se establecieron objetivos específicos relacionados a la formación académica, experiencias laborales previas, habilidades interpersonales y conocimientos tecnológicos con los que deben contar los postulantes a dichos cargos y funciones.

El enfoque de investigación es cualitativo, de diseño exploratorio y descriptivo, y de corte transversal. Esta modalidad permite describir las características actuales de la población en estudio, lo cual se torna pertinente para identificar tendencias y patrones reflejadas por las cadenas hoteleras de Asunción.

La población de esta investigación está conformada por seis cadenas hoteleras que se encuentran operando en la capital del país y la muestra seleccionada es no probabilística intencionada, representada por referentes del Ibis, Sheraton, Nobile Suites Excelsior, Dazzler, Holiday Inn y Hilton Garden Inn. En esta investigación se implementaron entrevistas semiestructuradas para recopilar informaciones detalladas. Para ello, se plantearon preguntas abiertas que permitieron explorar a fondo las percepciones, conocimientos y experiencias de los entrevistados. El instrumento aplicado fue una guía de entrevista validada por especialistas, que contó con preguntas específicas



orientadas al tema de estudio y en relación con los objetivos de la investigación. Las entrevistas revelan un perfil profesional basado en la vocación de servicio, la empatía hacia los huéspedes y la capacidad de adaptación a la naturaleza organizacional de las empresas hoteleras. La formación académica en hotelería, turismo y otras carreras afines es muy valorada, pero no como un requisito excluyente. Por otra parte, también se consideran como atributos deseables la predisposición para aprender y formarse constantemente, así como la experiencia previa en atención al cliente.

Por otro lado, algunas competencias como la comunicación efectiva, la proactividad y el trabajo en equipo son tenidas muy en cuenta como habilidades blandas, junto con una presentación y apariencia personales pulcras y discretas. En cuanto a conocimientos de herramientas informáticas, se valora un manejo básico de ofimática por parte de los postulantes, lo cual les permitiría aprender los softwares de gestión hotelera que manejan los establecimientos, como, por ejemplo, la plataforma Ópera. Según manifestaciones de los entrevistados, estos sistemas son abordados como parte de la capacitación interna de las empresas. En cuanto al manejo de idiomas, en algunos establecimientos este es un requisito excluyente, mientras que otros hoteles no obligan a los candidatos a dominar lenguas extranjeras, pero les exigen el compromiso de tomar cursos para poderlos aprender, una vez que sean contratados.

Estas consideraciones reflejan políticas de selección flexibles y formativas, priorizando los estándares corporativos y la vocación de servicio de los potenciales colaboradores, combinando requisitos actitudinales y formación profesional continua.

Palabras clave: Hotelería en Paraguay, Cadenas hoteleras, Front Desk, Competencias laborales.



Sostenibilidad y Resiliencia en la Economía Informal: El Impacto Socioeconómico de las Yuyeras del Mercado de Limpio

Autor/es: Carolina Beatriz Espínola Portillo, Fabiola Sánchez

Institución: Universidad Americana

Línea de investigación: Crecimiento y desarrollo económico.

Resumen:

La presente investigación analiza el papel socioeconómico fundamental de las "yuyeras" o vendedoras de hierbas medicinales en el Mercado de Limpio. En Paraguay, la costumbre de usar hierbas medicinales, o pohã ñana en guaraní, es una tradición profundamente arraigada. Esta práctica, que heredamos de nuestros ancestros guaraníes, es tan valiosa que la UNESCO la ha reconocido como patrimonio de la humanidad. Sin embargo, este legado no está recibiendo la atención que merece. Hay un vacío enorme en la investigación científica. Se necesita validar a través de estudios clínicos el conocimiento popular sobre las propiedades de estas plantas, un saber que se ha transmitido de generación en generación durante siglos. (El País, 2023). Teniendo en cuenta los Objetivos del Desarrollo Sostenible, este trabajo se encuentra alineado al ODS N°5 "Igualdad de Género", el cual en su meta 5 habla de "Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública" (Naciones Unidas, 2015). El estudio es de tipo cualitativo y no experimental, cuyo instrumento es una entrevista semiestructurada aplicada a las comerciantes de los puestos de ventas de hierbas medicinales. Los criterios de inclusión fueron la participación voluntaria y ser comerciante de los puestos de ventas de hierbas medicinales. Se aplicaron un total de doce preguntas a tres comerciantes, cuyos resultados demuestran que estas mujeres son pilares de la economía de sus hogares, siendo para muchas su único ingreso, mientras que para otras es un complemento vital. Su labor es una empresa familiar que requiere un gran sacrificio, con jornadas que inician desde la madrugada para estar listas en sus puestos a partir de las 3:30 a.m.

A pesar de la dedicación y de contribuir con un canon diario para operar, las vendedoras carecen de apoyo institucional y de servicios básicos esenciales como una canilla de agua potable o sanitarios cercanos, lo que refleja la precariedad de su entorno laboral. Sin embargo, su resiliencia y la existencia de una red de proveedores y clientes fijos aseguran la continuidad de su actividad. Se concluye que la dignidad de su labor y la preservación del patrimonio cultural del pohã ñana dependen del reconocimiento de su rol como agentes económicos y de la provisión de una infraestructura mínima, lo cual es crucial para su sostenibilidad.

Palabras clave: Sector Informal, Medicina tradicional, Igualdad de género, Practicantes de medicina tradicional.



Características claves de los directorios y la rentabilidad del sistema bancario paraguayo

Autor/es: Walter Daniel Ovelar

Institución: Universidad Americana

Línea de investigación: Emprendimiento, Innovación y Transferencia

Resumen:

El estudio tiene como objetivo principal analizar la influencia de las características del directorio en la rentabilidad de los bancos en Paraguay. En otras palabras, busca determinar si ciertos rasgos de la composición y estructura de los directorios bancarios –como tamaño, independencia, diversidad, etc.– guardan relación con el desempeño financiero medido en términos de rentabilidad del sistema bancario paraguayo. De este modo, la investigación se enmarca en la literatura de gobierno corporativo y desempeño bancario, abordando la pregunta de cómo el perfil del directorio puede afectar indicadores como el Retorno sobre Activos y el Retorno sobre Patrimonio de los bancos.

Para alcanzar el objetivo, el estudio emplea una metodología cuantitativa de carácter empírico. Se recopilieron datos de los 15 bancos que operan en el sistema financiero paraguayo durante el período de análisis del 2016 al 2024. Con estos datos se construyeron variables representativas de las características del directorio (tamaño del directorio, porcentaje de mujeres directoras, proporción de directores independientes y dualidad de roles) y variables de rentabilidad bancaria. La relación entre las características del directorio y la rentabilidad se evaluó mediante modelos econométricos, usando regresiones con datos de panel, para identificar correlaciones o impactos significativos. Este enfoque cuantitativo permitió controlar factores de entorno y aislar el efecto estadístico de cada atributo del directorio sobre la rentabilidad bancaria.

Los resultados indican que existen ciertas características del directorio con efecto significativo sobre la rentabilidad bancaria, aunque otros rasgos no muestran incidencia estadísticamente relevante. En particular, el estudio encontró evidencia de que la diversidad de género en los directorios se asocia positivamente con la rentabilidad sobre activos de los bancos, es decir, una mayor presencia femenina en posiciones directivas tiende a relacionarse con un ROA más alto, pero dicha diversidad no muestra un efecto significativo en la rentabilidad sobre el patrimonio.



Este hallazgo sugiere que contar con personas de género femenino en el directorio aporta perspectivas que pueden mejorar la eficiencia operativa, aunque no necesariamente impacta el retorno para los accionistas en el horizonte estudiado. En suma, los principales hallazgos revelan que ciertos aspectos de la composición del directorio sí inciden en el desempeño financiero de los bancos, mientras que otros no presentan una relación estadística clara con la rentabilidad.

El estudio concluye que las prácticas de gobierno corporativo ligadas al directorio tienen una incidencia parcial pero importante en la rentabilidad del sistema bancario paraguayo. En términos generales, una mejor composición del directorio, en aspectos como diversidad e independencia, puede contribuir a un rendimiento financiero más sólido de las entidades bancarias. El autor reconoce que el tamaño reducido del sistema bancario paraguayo impone restricciones a la muestra, al contar el país con pocos bancos. Finalmente, como futura línea futura de investigación se propone extender el análisis a un marco comparativo internacional o regional.

Palabras Claves: Desempeño financiero, Bancos, Gobierno Corporativo, Rentabilidad, Paraguay



Vinculación de la Academia con el Entorno Empresarial

Autor/es: Pedro Daniel Vera Ramos – Docente investigador del Área de Negocios de la Escuela de Posgrado

Resumen:

El tema presentado por el Econ. Pedro Daniel Vera Ramos, se enfoca en la Vinculación de la Academia con el Entorno Empresarial.

El tema central es el modelo de la Triple Hélice (Universidad, Industria, Gobierno), concebido como un laboratorio para el Desarrollo Económico Basado en el Conocimiento. Este marco estratégico implica que el rol de la universidad se expande más allá de la docencia e investigación, facilitando un entorno de innovación basado en el conocimiento. La interacción de la Triple Hélice ha permitido la aparición de nuevas instituciones como Incubadoras, OTRIS (Oficinas de Transferencia de los Resultados de la Investigación) y Spin-Offs.

El informe utiliza varios ejemplos exitosos de esta vinculación:

- Incubadoras: Se menciona INGENIO en Uruguay (creada con apoyo del BID, LATU y la Universidad ORT), de donde surgió la startup unicornio Pedido Ya.
- Aceleradoras: Se destaca UTEC Venture en Perú (de la Universidad de Ingeniería y Tecnología), que ha apoyado la fundación de startups como Luteach (Educación Personalizada con IA).
- Oficinas de Transferencia (OTRI): La Universidad de Antioquía, Colombia, se cita por sus resultados concretos, incluyendo 122 patentes concedidas y 46 contratos de licenciamiento comercial.
- Spin-Offs : Se ejemplifican empresas que nacen de la investigación universitaria, como Cell for Cells (Universidad de los Andes, Chile) y NeuralMind AI (Universidad Estadual de Campinas, Brasil), esta última enfocada en inteligencia artificial para el ambiente jurídico..

Finalmente, se menciona que la Universidad Americana participa en la Comunidad Empresarial a través de programas como Capacitaciones Empresariales, Pasantías, Mentorías para PYMES y Consultorios Empresariales. Además, promueve mecanismos de inversión como Redes de Ángeles Inversores y Crowdfunding , y mantiene alianzas con la ASOMIPYMES, BANCO BASA, RIAP y LAN.

Palabras clave: Triple hélice, Innovación, Transferencia





III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

El Impacto de la IA en la Gestión de Proyectos

Universidad Americana; Maestría en Gestión de Proyectos;

Carlos Brizuela, Paola Chávez, Mariana Durán, Mirian Franco, Beremis Rodríguez.

RESUMEN

Este estudio analiza el impacto de las herramientas de Inteligencia Artificial (IA) en la gestión de proyectos, identificando su uso, efectos y desafíos.

La investigación exploratoria se basó en el análisis de documentos y entrevistas a gestores de proyectos, identificando plataformas como Monday.com, Asana, Chat GPT y Gemini. Estas herramientas se utilizan para automatizar tareas, optimizar recursos y mejorar la planificación, incluyendo la redacción de informes, análisis de datos y simulación de escenarios.

Los resultados demuestran que la IA mejora significativamente la eficiencia operativa, la estimación de tiempos (reduciendo tareas de días a 24 horas) y la asignación estratégica de recursos, marcando un "antes y un después" en la gestión de proyectos.

Se concluye que la IA es una realidad en expansión, aunque presenta desafíos como la protección de datos. Además, se destaca la necesidad crucial de programas de capacitación para una adopción efectiva.

PALABRAS CLAVES

Inteligencia Artificial, Gestión De Proyectos, Automatización, Análisis Predictivo, Toma De Decisiones

INTRODUCCION

la Inteligencia Artificial (IA) es una tecnología poderosa con un gran potencial de transformación social, según la UNESCO, que enfatiza la obligación de abordar sus cuestiones éticas y sociales para asegurar un uso responsable y beneficioso para todos. Paralelamente, la Comisión Europea define la IA como sistemas de *software* (y potencialmente *hardware*) diseñados para actuar en dimensiones físicas o digitales con el fin de alcanzar un objetivo complejo.

Dentro de este panorama tecnológico, la gestión de proyectos ha experimentado una evolución significativa gracias a la incorporación de la IA. Esta transformación responde a una necesidad imperante de optimizar procesos, perfeccionar la toma de decisiones y aumentar la eficiencia en entornos empresariales que son cada vez más dinámicos y competitivos.

La creciente relevancia y actualidad de este tema se debe a la adopción acelerada de soluciones basadas en IA en múltiples sectores. Por ello, el propósito central de la investigación es analizar el impacto de la IA en la gestión de proyectos, evaluando no solo sus beneficios, sino también los desafíos que presenta y las condiciones necesarias para lograr una implementación efectiva.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de la inteligencia artificial en la gestión de proyectos, en términos de eficiencia, toma de decisiones y desempeño organizacional.

METODOLOGIA

La metodología empleada es cualitativa-documental, se centra en la investigación de herramientas de IA y su análisis, organizando los hallazgos de manera estructurada.

RESULTADOS

La Inteligencia Artificial (IA) tiene un efecto primordial, necesario y útil en la planificación y asignación de recursos dentro de la gestión de proyectos, especialmente para la estimación del tiempo y el logro de una mayor eficiencia.

Su impacto en la toma de decisiones es positivo, ya que permite una mayor optimización del tiempo, una mejor redacción e identificación de elementos no considerados, contribuyendo a una gestión de proyectos más eficiente.

El principal desafío para las organizaciones al implementar la IA es el manejo adecuado de datos sensibles y la seguridad de la información, lo que exige políticas claras y herramientas confiables.



Finalmente, los programas de capacitación cumplen un rol primordial para la adopción efectiva de la IA, pues facilitan la comprensión de la tecnología, el desarrollo de habilidades, el aumento de la eficiencia operativa (automatización de tareas) y la mejora en la toma de decisiones.



CONCLUSIONES

La investigación confirma que la Inteligencia Artificial está transformando la gestión de proyectos en Paraguay, con herramientas como ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Monday.com, Trello Planner y Canva siendo utilizadas activamente por profesionales y equipos de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrillo, J., Ormaza, A., & Santacruz, J. (2024). El impacto de la Inteligencia Artificial en la Gestión de Proyectos. *Revista Tecnológica - Espol*, 36(2), 52-66.
- González Camelo, J. N. (2023). Herramientas de inteligencia artificial en la gestión de proyectos [Trabajo de grado de especialización, Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)]. Repositorio Institucional UNAD.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC). (2024, 25 de abril). Paraguay destaca el potencial de la inteligencia artificial y su uso responsable en el Foro Latinoamericano de las Ideas. <https://mitic.gov.py/paraguay-destaca-el-potencial-de-la-inteligencia-artificial-y-su-uso-responsable-en-el-foro-latinoamericano-de-las-ideas/>



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Empoderamiento de la mujer a través del turismo en las posadas turísticas del Paraguay, año 2025.

^{1,2}Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad Americana

¹Carolina Espínola; ²Chap Kau Kwan Chung

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo fundamental demostrar cómo el turismo empodera a la mujer en Paraguay mediante la creación de posadas turísticas. El enfoque cuantitativo no experimental, transversal y descriptivo. Como muestra 18 propietarias de posadas turísticas, a las cuales se aplicó una encuesta que incluyó un cuestionario semiestructurado dividido en cuatro dimensiones: impacto personal, impacto familiar, impacto en la comunidad e impacto cultural, administrado a través de *Google Forms* y distribuido vía *WhatsApp* en el mes de junio de 2025. Los resultados reflejan un impacto significativo en cada una de estas áreas. En la dimensión Impacto Personal, el 50% de las encuestadas se siente totalmente de acuerdo en que su satisfacción laboral ha aumentado desde que administran la posada. En cuanto al Impacto Familiar, el 55,6% de las propietarias afirma que la posada ha permitido a sus familias disfrutar de más actividades recreativas y educativas. Respecto al Impacto en la Comunidad, el 44% de las encuestadas considera que la creación de la posada ha generado empleo en su entorno. Finalmente, en la dimensión de Impacto Cultural, un notable 64,7% de las propietarias está totalmente de acuerdo en que la creación de posadas turísticas ha promovido el uso de productos y servicios locales. En conclusión, los datos obtenidos respaldan la afirmación de que el turismo empodera a la mujer en Paraguay a través de la creación de posadas turísticas, generando beneficios tanto a nivel personal como familiar, comunitario y cultural. Esto resalta la importancia de fomentar iniciativas turísticas que incluyan a las mujeres como protagonistas en el desarrollo económico y social del país.

PALABRAS CLAVES

Turismo, Empoderamiento, Posada Turística, Impacto Económico, Impacto Social, Sostenibilidad.

INTRODUCCION

La ONU Turismo (2015) habla de la igualdad de género en el sector turístico como objetivo clave que busca empoderar a las mujeres a través de programas y estrategias específicas, entre ellas el programa Primer Plano busca fortalecer las capacidades de las instituciones y organizaciones promoviendo la igualdad de género en el sector. El turismo sostenible en zonas rurales representa otra oportunidad de emprendimiento para las mujeres, que ven al turismo sostenible como negocio que se puede vincular positivamente con el territorio consiguiendo un beneficio común y servir de ejemplo para el empoderamiento colectivo. (Tarraga, 2020)

Por tanto, se destaca que las mujeres rurales están emprendiendo en negocios turísticos sostenibles con el objetivo principal de establecer una conexión positiva con el territorio, permitiendo alcanzar un notable nivel de empoderamiento y desarrollo personal y profesional. Por tanto se expone a continuación el objetivo principal de este trabajo.

OBJETIVO GENERAL

Evidenciar el empoderamiento de la mujer que genera el turismo a través de la creación de posadas turísticas en Paraguay, año 2025.

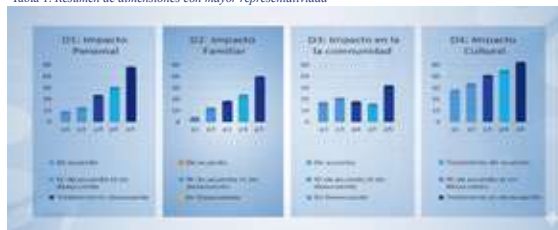
METODOLOGIA

El presente trabajo se llevó a cabo mediante un enfoque cuantitativo, transversal y descriptivo. Se tomó como muestra la totalidad de la población, compuesta por dieciocho (18) propietarios de posadas turísticas. La técnica de recolección de datos fue la encuesta cuyo instrumento estuvo conformado por un cuestionario semiestructurado compuesto por 4 dimensiones y 18 ítems: Impacto personal (3), Impacto Familiar (3), Impacto en la Comunidad (5) e Impacto Cultural (5). Se aplicó una valoración de la escala Likert de 4 puntos que va desde 1 totalmente en desacuerdo hasta 4 totalmente de acuerdo. En cuanto a los pasos de la recolección de datos, se procedió primeramente a ajustar el instrumento a aplicar en la encuesta. Se procedió a enviar el cuestionario a las dueñas de las posadas para responder el cuestionario vía *WhatsApp*. Luego, se procedió a la tabulación de las respuestas mediante *Microsoft Excel* y los resultados se presentan a continuación.

RESULTADOS

En el siguiente gráfico se muestran las respuestas con mayor impacto dentro de las cuatro dimensiones. En la dimensión 1. Impacto Personal el 50% indicó que está totalmente de acuerdo respecto a la perfección de sentirse satisfecho emprendiendo, la dimensión 2. Impacto Familiar el 55,6% dice estar de acuerdo sobre que gracias al emprendimiento cuentan con mayores oportunidades para actividades recreativas y de ocio. La dimensión 3. Impacto en la Comunidad indica que el 44% está totalmente de acuerdo con afirmar que las posadas turísticas generan beneficio comunitario. Por último, la dimensión 4 Impacto Cultural el 64,7% está totalmente de acuerdo con que mediante esta actividad se ha promovido el uso de los productos y servicios locales, valorizando la cultura e impactando positivamente a la comunidad.

Tabla 1. Resumen de dimensiones con mayor representatividad



Fuente: Elaboración Propia (2025).

CONCLUSIONES

La presente investigación ha demostrado el impacto positivo que la creación de posadas turísticas tiene en el empoderamiento de las mujeres en Paraguay. Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 18 dueñas de posadas turísticas revelan que estas emprendedoras se convierten en agentes activos del desarrollo local a través del turismo.

En específico, se encontró que la mayoría de las participantes (100%) son mujeres, y más de la mitad (55,6%) tienen más de 48 años. Además, los resultados mostraron que la creación de posadas turísticas ha tenido un impacto significativo en la vida personal, familiar, comunitaria y cultural de estas mujeres.

En términos de impacto personal, el 50% de las participantes se siente más satisfecho con su trabajo desde que administra la posada. En cuanto al impacto familiar, el 55,6% mencionó que la posada ha permitido a su familia disfrutar de más actividades recreativas y educativas.

Además, la creación de posadas turísticas ha generado empleo en la comunidad (44% de acuerdo) y ha promovido el uso de productos y servicios locales (64,7% de acuerdo).

En conclusión, esta investigación destaca la importancia de la creación de posadas turísticas como una estrategia para empoderar a las mujeres en Paraguay y promover el desarrollo local a través del turismo. Es fundamental seguir apoyando y promoviendo iniciativas que fomenten la participación de las mujeres en el sector turístico y contribuyan al desarrollo sostenible de las comunidades locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ONU. (25 de septiembre de 2015). Objetivo de Desarrollo Sostenible. Obtenido de Objetivo de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
Tarraga, B. (12 de 02 de 2020). Empoderamiento femenino y desarrollo local en la España Vacía. extensión://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/110686/6/btarraga_dTFM0120memoria.pdf

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Información No Financiera en Paraguay

Prof. PhD Walter Ovelar - Universidad Americana – Paraguay

walter.ovelar@americana.edu.py

RESUMEN: Este estudio examina la información no financiera desde la mirada de estudiantes de maestría en contabilidad y finanzas de una universidad privada en Paraguay. El propósito es identificar cómo valoran su utilidad para la toma de decisiones, qué barreras observan para su adopción y qué implicancias reconocen para la formación profesional y la práctica empresarial. Se entiende por información no financiera como aquella que incorpora dimensiones ambientales, sociales y de gobernanza.

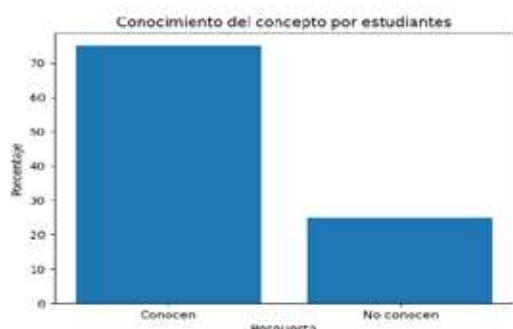
PALABRAS CLAVE: Información no Financiera, Desarrollo Sostenible, Global Reporting Initiative, Maestría.

INTRODUCCIÓN: La información no financiera (INF) incorpora políticas, procesos y resultados que no figuran en los estados financieros tradicionales. En Paraguay su adopción es incipiente y depende en gran medida del compromiso de la alta dirección y de la formación profesional.

OBJETIVOS: Analizar el nivel de conocimiento y adopción de la información no financiera en las empresas paraguayas, identificando las barreras y oportunidades para su implementación.

METODOLOGÍA: El enfoque fue cualitativo. Se encuestó a 72 estudiantes de postgrado de maestrías en contabilidad y finanzas de una universidad privada del Paraguay. Los datos se recolectaron mediante una encuesta electrónica con escala Likert.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN: Los resultados más relevantes son dos:



CONCLUSIONES: Se identificó una falta de conocimiento sobre la INF, ausencia de medición de indicadores y baja prioridad de la sostenibilidad en la alta dirección de las empresas en donde los masterandos trabajan. Es indispensable ampliar la muestra de estudios, promover la educación de postgrado en temas ASG y adoptar marcos de reporte de sostenibilidad como el GRI. Las empresas que integren reportes de sostenibilidad y transparencia mejorarán su reputación y atractivo frente a inversionistas y otras partes interesadas.

REFERENCIAS:

- Benítez-Denis, E. R. (2023). Divulgación de información no financiera en empresas paraguayas. *Ciencias Económicas*, 4(7), 42–55.
- Villa Barrientos, J. D., Escobar Cruz, Y., & Correa Mejía, D. A. (2020). Evolución de la revelación de información no financiera: evidencia desde el contexto colombiano. *Cuadernos de Contabilidad*, 21, 1–20. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc21.erif>
- Eccles, R. G., & Krzus, M. P. (2010). One report: Integrated reporting for a sustainable strategy. John Wiley & Sons.



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

El Rol de la Banca Central en el Desarrollo Económico Nacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - Universidad Americana

Alan Keim, Alexis Galeano, Carlos Montiel, Edgar González,
Ángel Frutos, Marcelo Echagüe (Profesor Tutor)

RESUMEN

Mediante este trabajo de investigación, se analiza el rol de la Banca Central como impulsor del Desarrollo Económico Nacional mediante sus instrumentos de Política Monetaria, Crediticia y Cambiaria, con los que contribuye de manera significativa, además del control inflacionario.

Consecuentemente, en el presente estudio abordamos cómo la Banca Central ejerce su rol y a la vez actúa promoviendo el crecimiento económico sostenible al generar condiciones macroeconómicas estables, el fomento de la inversión y la coordinación con otras instituciones que a su vez ejercen como actores económicos.

Por lo tanto, se busca aportar recomendaciones para que el Banco Central del Paraguay (BCP) se involucre de forma más participativa con el Desarrollo Económico Nacional, como la orientación del crédito a sectores productivos y estratégicos, coordinar acciones interinstitucionales de educación e inclusión financiera con el sector público y privado, promover incentivos financieros para la inversión y la creación de mecanismos innovadores que favorezcan un entorno macroeconómico estable y dinámico.

PALABRAS CLAVES

Banca Central, Desarrollo Económico, Política Económica, Políticas Públicas, Paraguay.

INTRODUCCION

Este trabajo trata sobre el papel que puede cumplir la Banca Central en cuanto a la promoción del Desarrollo Económico Nacional a través de sus diversos instrumentos de política. Si bien la función principal de un Banco Central gira en torno a la estabilidad de precios y seguridad del sistema financiero, a esta institución se le suelen otorgar distintos poderes que -directa o indirectamente- terminan siendo fundamentales para impulsar el desarrollo económico de una nación, ya sea mediante la generación de bases macroeconómicas sólidas o a través de políticas monetarias, crediticias y cambiarias de orden expansivo.

La posible disyuntiva entre un banco central desarrollista y su mote tradicionalmente conservador para frenar la inflación no es novedosa de hecho, siendo que tales objetivos parecieran contraponerse a prima facie (Brimmer, 1971). En la práctica sin embargo, un diseño de políticas públicas eficiente puede contemplar ciertamente el liderazgo de una banca central con enfoque desarrollista que no ponga en jaque las metas primordiales de estabilidad financiera y de precios en el país.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el rol de la banca central como agente promotor del desarrollo económico nacional, evaluando cómo sus funciones, instrumentos y mecanismos de política monetaria, crediticia y cambiaria pueden orientarse al crecimiento económico sostenible y a la estabilidad macroeconómica.

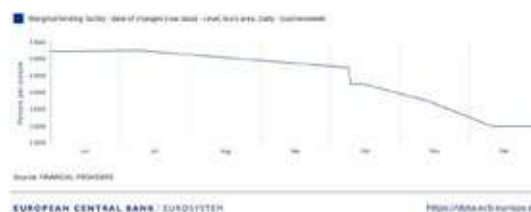
METODOLOGIA

La metodología empleada en este estudio se fundamenta en un enfoque descriptivo-explicativo, el cual combina: (1) el análisis de documentos oficiales de Bancas Centrales y otros organismos sobre el desarrollo económico, financiero y social de una nación; (2) el examen documental del marco normativo aplicado a la Banca Central; (3) el procesamiento de estadísticas del sistema financiero y créditos para el desarrollo; (4) el estudio de casos y la revisión bibliográfica especializada a nivel internacional sobre banca central, incluyendo sus políticas monetarias, crediticias y cambiarias orientadas al desarrollo económico.

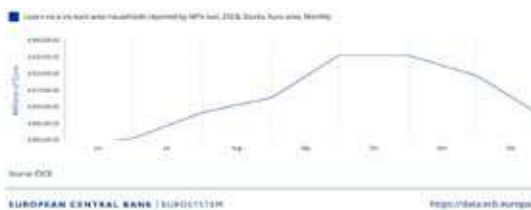
RESULTADOS

Un banco central desarrollista puede usar políticas monetarias, crediticias y cambiarias para fomentar el desarrollo económico (Tassara & Borio, 2010). Un ejemplo de ello es el Banco Central Europeo (BCE) durante la crisis financiera del 2008, al bajar las tasas de interés para estimular el crédito y evitar el estancamiento económico. Por otro lado, una banca central puede centrarse en fortalecer el sistema financiero e introducir un sistema de metas de inflación a fin de robustecer la estabilidad macroeconómica y evitar crisis bancarias, tal como lo hizo el BCP Paraguay durante los años 2000.

También pueden impulsar el desarrollo orientando el crédito hacia sectores productivos (Epstein, 2006), como el Banco de México durante el periodo 1950-1970 mediante la regulación de encajes y redescuentos, lo cual permitió el financiamiento de actividades y proyectos de desarrollo sin generar presiones inflacionarias.



Tasas para la facilidad marginal de crédito, Junio 2008 – Diciembre 2008, Banco Central Europeo.



Préstamos a hogares de la zona del euro (Junio 2008 – Diciembre 2008) comunicados por las IFM, excl. SEBC, Saldos, Zona del euro.

CONCLUSIONES

El rol de un banco central puede ir más allá del control inflacionario, buscando equilibrar desarrollo económico con estabilidad macroeconómica. Es decir que la banca central puede utilizar los diversos instrumentos que posee en materia de política monetaria, crediticia y cambiaria para promover el crecimiento y desarrollo económicos, apoyando sectores productivos clave, asegurando la estabilidad financiera y manteniendo la competitividad cambiaria. El BCP puede entonces involucrarse aun más profundamente con el Desarrollo Económico Nacional, mediante la creación de incentivos para fomentar la inclusión financiera, educación financiera y la orientación de créditos blandos a sectores productivos y estratégicos, entre otras posibles acciones mancomunadas con el sector privado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amézquita Zárate, P. & Romero, C. A. (2016). Banca central: Autonomía y crecimiento económico. Revista Republicana, 20(20).
- Brimmer, A. F. (1971). Central Banking and Economic Development: The Record of Innovation. Journal of Money, Credit and Banking, 3(4), 780–792.
- Epstein, G. A. (2006). Central banks as agents of economic development. UNU World Institute for Development Economics Research.
- Tassara, F. & Borio, P. (2010). Banco Central, una institución indispensable para el desarrollo. BCRA, Ensayos Economicos 61/62





III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Análisis de factibilidad de la cría y procesamiento de carne cunícola envasada al vacío para exportación a los países de Perú y Taiwán.

Universidad Columbia del Paraguay, jhorgemoreno@gmail.com

Jorge Ariel Moreno Riveros

RESUMEN

La tesis propone una alternativa sostenible y económicamente viable dentro del sector ganadero paraguayo mediante la producción y procesamiento de carne de conejo envasada al vacío. Este modelo busca reducir el impacto ambiental de la ganadería tradicional, optimizando el uso de recursos naturales y generando nuevos productos exportables. El estudio demuestra la factibilidad técnica, económica y financiera del proyecto, resaltando su potencial para diversificar las exportaciones paraguayas hacia mercados como Perú y Taiwán.

PALABRAS CLAVES

Cunicultura – Sostenibilidad – Carne de conejo – Factibilidad económica – Envasado al vacío

INTRODUCCION

La ganadería tradicional, especialmente la bovina y porcina, genera un considerable impacto ambiental debido al alto consumo de agua, uso de suelo y emisiones de gases de efecto invernadero. Ante esta situación, surge la necesidad de explorar alternativas más sostenibles y rentables. La carne de conejo se presenta como una opción innovadora por su alto valor proteico, bajo contenido graso y reducido requerimiento de recursos naturales. Además, su producción genera subproductos aprovechables como estiércol, orina, piel y pelo, lo que fortalece el enfoque de sostenibilidad integral. En este contexto, la investigación se centra en evaluar la viabilidad de establecer un proyecto de cría y procesamiento de carne de conejo en Paraguay, orientado a la exportación.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad técnica, económica y financiera de la implementación de un proyecto de producción y procesamiento de carne de conejo envasada al vacío en Paraguay, con fines de exportación hacia los mercados de Perú y Taiwán.

METODOLOGIA

El estudio se desarrolló mediante un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas. El diseño fue no experimental y descriptivo, permitiendo observar los fenómenos tal como se presentan en su entorno natural. Para la recolección de datos primarios, se realizaron entrevistas a expertos del sector y visitas a empresas cármicas nacionales. Asimismo, se elaboraron análisis técnicos y financieros basados en proyecciones de costos, inversiones y retorno esperado, considerando estándares internacionales para el procesamiento y envasado de carne.

RESULTADOS

El análisis técnico demuestra que el proyecto es plenamente factible, ya que la infraestructura y maquinaria requeridas son accesibles, y los costos de importación no representan una barrera significativa. El uso del envasado al vacío se destaca como un elemento clave para garantizar la higiene, la conservación del producto y la viabilidad del transporte hacia mercados internacionales. Desde el punto de vista económico-financiero, los indicadores obtenidos —Valor Actual Neto (VAN) positivo y Tasa Interna de Retorno (TIR) superior al umbral de riesgo— reflejan una inversión rentable a largo plazo.



Además, el proyecto tiene el potencial de generar nuevos empleos, impulsar la diversificación exportadora y fortalecer el sector pecuario paraguayo con una producción más sostenible y competitiva.



El estudio concluye que la producción de carne de conejo en Paraguay es viable técnica, económica y financieramente, y representa una oportunidad estratégica para el desarrollo sostenible del país. La iniciativa combina rentabilidad y sostenibilidad, aprovecha integralmente los subproductos de la cunicultura y responde a la creciente demanda internacional de alimentos saludables y ecológicos. En consecuencia, el proyecto se perfila como una alternativa innovadora que puede posicionar a Paraguay como un nuevo referente regional en exportación de carnes no tradicionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FAO. (2023). La sostenibilidad en la producción animal: desafíos y oportunidades. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org>
- González, R., & Pérez, M. (2021). Cunicultura sostenible: eficiencia productiva y aprovechamiento integral de subproductos. Revista Latinoamericana de Producción Animal, 29(3), 115–128.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería del Paraguay. (2022).
- Informe anual del sector pecuario paraguayo. Asunción: MAG.
- Rodríguez, L., & Vargas, J. (2020). Estudio técnico y financiero para la producción de carne de conejo destinada a exportación. Universidad Nacional Agraria, Lima.
- Silva, P., & Chen, T. (2021). Oportunidades de exportación de productos cármicos en el mercado asiático: caso Taiwán. Journal of Agribusiness Studies, 14(2), 45–62.
- World Bank. (2022). Livestock and climate change: assessing environmental impacts and sustainable practices. Washington, D.C.: World Bank Group.



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Dinámica del Comercio Exterior y el Rol de la Banca Central: Un Enfoque econométrico para el Paraguay (Periodo 1994–2025)

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - Universidad Americana

Roger Armoa, Marcelo Echagüe (Profesor Tutor)

RESUMEN

Las series de comercio exterior son clave para el Banco Central del Paraguay (BCP), ya que permiten monitorear el ingreso y salida de divisas, evaluar desequilibrios externos y anticipar impactos sobre el tipo de cambio, la inflación y el nivel de reservas monetarias internacionales (RMI). Estos datos alimentan los modelos de proyección macroeconómica, facilitan la identificación de sectores estratégicos y ayudan a evaluar riesgos asociados a choques internacionales. Este trabajo tiene entonces como propósito analizar la evolución del comercio exterior del Paraguay mediante series mensuales de importación y exportación para el periodo 1994–2025. Se aplican herramientas econométricas para preparar las series con fines inferenciales, abordando problemas de estacionariedad, rupturas estructurales, heterocedasticidad y autocorrelación. El resultado más relevante se observa en el primer tramo (1994–2002), donde se encontró causalidad de Granger unidireccional desde las exportaciones hacia las importaciones, con evidencia significativa en rezagos de hasta cuatro periodos. Esto sugiere que, durante esa fase, el comportamiento del sector exportador pudo haber anticipado dinámicas de importación, posiblemente a través de ingresos de divisas o efectos comerciales sincronizados. En los otros dos segmentos (2009–2020 y 2020–2025), no se detectaron relaciones causales significativas en ninguna dirección, lo cual puede atribuirse a una menor sincronización de ambas series o al efecto de cambios estructurales más recientes. En conjunto, estos hallazgos validan el enfoque metodológico adoptado en este estudio para un mejor análisis de las políticas del BCP sobre el comercio exterior.

PALABRAS CLAVES

Comercio Exterior, Causalidad de Granger, VAR, Econometría Aplicada, Paraguay.

INTRODUCCION

Este trabajo analiza las series mensuales de importaciones y exportaciones del Paraguay entre 1994 y 2025, con el objetivo de generar evidencia que contribuya al estudio de la balanza comercial y su vinculación con la política macroeconómica del país. Las series de comercio exterior son clave para el Banco Central del Paraguay (BCP), ya que permiten monitorear el ingreso y salida de divisas, evaluar desequilibrios externos y anticipar impactos sobre el tipo de cambio, la inflación y el nivel de reservas monetarias internacionales. Estos datos alimentan los modelos de proyección macroeconómica, facilitan la identificación de sectores estratégicos y ayudan a evaluar riesgos asociados a choques internacionales. Un análisis riguroso de estas series permite mejorar la capacidad del BCP para diseñar políticas cambiarias y monetarias más eficaces, así como fortalecer la estabilidad económica y financiera en general. Esta investigación busca aportar una base técnica para ese tipo de decisiones, mediante la aplicación de herramientas econométricas sobre datos reales del comercio exterior paraguayo.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la evolución del comercio exterior del Paraguay mediante series mensuales de importación y exportación para el periodo 1994–2025, a fin de generar evidencia empírica útil para el BCP que le permita entender mejor los flujos comerciales y acrecentar el impacto de sus políticas económicas.

METODOLOGIA

El estudio se basa en series mensuales de importaciones y exportaciones del Paraguay. Se aplicaron pruebas econométricas estándar y robustas, incluyendo ADF para verificar estacionariedad, test de ruptura estructural para detectar cambios de régimen, análisis de normalidad, heterocedasticidad y autocorrelación en los residuos. Se identificaron valores atípicos mediante el criterio IQR. Las series estacionarias fueron modeladas mediante VAR en diferencias, lo que permitió explorar relaciones dinámicas y condiciones de validez estadística para la inferencia.

RESULTADOS

El análisis econométrico reveló una alta heterogeneidad estructural, lo que motivó una segmentación cronológica. Las exportaciones fueron estacionarias en primeras diferencias en todos los tramos principales (1994–2002, 2009–2020, 2020–2025), habilitando modelos VAR y pruebas de causalidad de Granger. Solo en el primer tramo (1994–2002) se detectó una relación unidireccional significativa desde exportaciones hacia importaciones, sugiriendo un posible rol anticipador.

En las importaciones, tres tramos (1994–2002, 2009–2020, 2020–2025) mostraron condiciones estadísticas aceptables tras correcciones, mientras que el tramo 2002–2009 fue descartado por no cumplir con los criterios de estacionariedad. El uso de pruebas como ADF, test de ruptura y análisis de outliers respaldó la validez de los segmentos seleccionados. Estos resultados indican que, pese a la inestabilidad estructural, es posible extraer inferencias válidas en ciertos periodos, aportando evidencia útil para el análisis técnico del comercio exterior.

CONCLUSIONES

A partir del análisis por tramos estructurales, se identificaron tres segmentos temporales en los cuales las series de exportaciones e importaciones paraguayas, transformadas mediante primera diferencia, presentan propiedades estadísticas adecuadas para realizar inferencias econométricas.

En todos estos segmentos se verificó la estacionariedad mediante el test de Dickey-Fuller aumentado (ADF), y se descartó la presencia de heterocedasticidad severa. Esto habilita la estimación de modelos VAR en diferencias para estudiar relaciones dinámicas de corto plazo entre ambas variables:

Segmento	VAR Imp (AIC)	Granger: Exp → Imp	Granger: Imp → Exp
1994-02 a 2002-01	11	Si (lag ≤ 4)	No
2009-01 a 2020-01	0	No	No
2020-01 a 2025-07	1	No	No

Resumen de inferencia estadística por segmentos (VAR y Granger)

El resultado más relevante se observa en el primer tramo (1994–2002), donde se encontró causalidad de Granger unidireccional desde las exportaciones hacia las importaciones, con evidencia significativa en rezagos de hasta cuatro periodos. Esto sugiere que, durante esa fase, el comportamiento del sector exportador pudo haber anticipado dinámicas de importación, posiblemente a través de ingresos de divisas o efectos comerciales sincronizados.

En los otros dos segmentos (2009–2020 y 2020–2025), no se detectaron relaciones causales significativas en ninguna dirección, lo cual puede atribuirse a una menor sincronización de ambas series o al efecto de cambios estructurales más recientes. En conjunto, estos hallazgos validan el enfoque metodológico por tramos adoptado en este estudio, y refuerzan la importancia de segmentar por tramos.

Se recomienda, para investigaciones futuras, analizar por separado sectores estructuralmente dominantes, como el eléctrico, y explorar modelos ARDL o VECM en tramos donde se confirme cointegración.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central del Paraguay (2025). Informe Mensual de Comercio Exterior – Julio 2025, portal COMEX.
- Gujarati, D. N. (2010). Econometría. McGraw-Hill, 5ta edición.
- Hamilton, J. D. (1994). Time Series Analysis. Princeton University Press.
- Box, G. et al. (2015). Time Series Analysis. Wiley.
- Tsay, R. (2010). Analysis of Financial Time Series. Wiley, 3rd ed.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Formación de Competencias Directivas en
Instituciones de Educación Superior
Universidad Abierta Interamericana, camilasol.mele@uai.edu.ar
Mg. Camila Sol Mele

RESUMEN

El estudio analiza cómo se desarrollan las competencias directivas en una universidad latinoamericana y propone un modelo integral para optimizar su formación. Se identificaron competencias prioritarias y brechas entre su enseñanza teórica y su aplicación práctica. Los resultados permitieron diseñar una propuesta integral de evaluación, un sistema de capacitación y actualización de docentes, una propuesta de análisis y flexibilización del plan de estudios, un abordaje de competencias transversales y un sistema de monitoreo orientado a la mejora continua aplicables a todas las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas.

PALABRAS CLAVES

Competencias directivas · Educación superior · Dirección empresarial · Formación profesional · Liderazgo

INTRODUCCION

La formación por competencias se ha consolidado como un enfoque clave en la educación superior contemporánea. Sin embargo, su aplicación práctica presenta desafíos, especialmente en carreras de Ciencias Económicas, donde la articulación entre teoría y desempeño profesional resulta determinante. Esta investigación buscó contribuir al fortalecimiento de la formación de profesionales de las Ciencias Económicas, focalizándose en el desarrollo de habilidades directivas que respondan a las demandas del mercado laboral actual.

OBJETIVO GENERAL

- Identificar las competencias necesarias para el ejercicio de la dirección superior por parte de profesionales de la actualidad.
- Analizar los mecanismos de identificación y evaluación de competencias para los profesionales por parte de la U.A.I. y las empresas del mercado.

METODOLOGIA

Estudio exploratorio y transversal, cualitativo, de caso único. Técnicas: entrevistas en profundidad y grupos focales. Participantes: estudiantes de primero y cuarto año, autoridades académicas y representantes del sector empresarial. Análisis: categorización temática y triangulación de perspectivas.

RESULTADOS

El estudio permitió identificar seis competencias directivas prioritarias: liderazgo, comunicación efectiva, toma de decisiones, adaptabilidad, trabajo en equipo e inteligencia emocional. Estas competencias fueron reconocidas por estudiantes, autoridades y referentes empresariales como esenciales para el desempeño profesional.

Se observó una evolución progresiva en su desarrollo: los estudiantes de primeros años mostraron una comprensión teórica, mientras que los de cuarto año evidenciaron mayor aplicación práctica. No obstante, persisten desafíos en la evaluación, que continúa centrada en contenidos cognitivos, y diferencias en la implementación del modelo por competencias entre carreras y cátedras, lo que afecta la coherencia institucional del enfoque.

FIGURA 1

Competencias directivas prioritarias detectadas.



CONCLUSIONES

La investigación confirma la necesidad de fortalecer la formación de competencias directivas desde un enfoque integral que articule currículo, docencia y evaluación.

A partir de los hallazgos, se propone un modelo institucional sustentado en cinco ejes:

- Sistema de evaluación por competencias, con portafolios y rúbricas de desempeño.
- Capacitación docente continua, centrada en metodologías activas y evaluación auténtica.
- Flexibilización curricular, que favorezca experiencias interdisciplinarias y proyectos reales.
- Integración de competencias transversales, como liderazgo, inteligencia emocional y comunicación.
- Monitoreo y mejora continua, que permita evaluar la evolución formativa a lo largo de la carrera.

Esta propuesta busca consolidar una formación pertinente, innovadora y alineada con las demandas del mercado laboral, fortaleciendo la empleabilidad y el liderazgo de los futuros profesionales de las Ciencias Económicas.

FIGURA 2

Propuesta integral de mejora institucional



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Billorou, N., Pacheco, M. y Vargas, F. (2011). Guía para la evaluación de impacto de la formación. Organización Internacional del Trabajo
- Boyatzis, R. (1982). The Competent Manager: A Model for Effective Performance [El gerente competente: un modelo para un desempeño efectivo]. John Wiley & Sons.
- Chincilla, N. y García, P. (2001). Estudio sobre competencias directivas. Papers de Formacio municipal. 79. 1-25
- Exposito Langa, M., Nicolau, D. y Miquel J. (2016). La evaluación por competencias en los grados. Desarrollo de una experiencia en el Grado en Administración y Dirección de Empresas mediante el uso y validación de rúbrica. Revista Complutense de Educación. 28(4), 1155-1171. <http://doi.org/10.5209/RCED.51618>
- García Ancira, C., & Treviño Cubero, A. (2020). Las competencias universitarias y el perfil de egreso. Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina , 8(1), 1-15. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322020000100003&lng=es&tng=es.
- McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than for intelligence [Pruebas de competencia en lugar de inteligencia] . American Psychologist, 28(1), 1-14.
- Mele, C. (2024). Formación de Competencias Directivas en Instituciones de Educación Superior: Un abordaje propositivo para la Facultad de Ciencias Económicas [Tesis de Maestría]. Universidad Abierta Interamericana.
- Rivadeneira Rodríguez, E. (2017). Competencias didácticas-pedagógicas del docente, en la transformación del estudiante universitario. Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, 13(37), 41-55.



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Gestión Sostenible de Inventarios: Implementación de Principios de Economía Circular en la Gestión de Repuestos para Centrales Hidroeléctricas

Jorge Monges, Universidad Americana. Email: monges.presi@gmail.com
Luis Aranda, Universidad Americana. Email: aranda-luis@outlook.com
Christian Carreras, Universidad Americana. Email: crhstiancar@gmail.com
Gabriel González, Universidad Americana. Email: gabrielgonzrol@gmail.com

RESUMEN

La gestión sostenible de inventarios permite optimizar recursos y reducir impactos ambientales. Este trabajo analiza cómo los principios de la economía circular pueden aplicarse a la gestión de repuestos en una central hidroeléctrica, promoviendo la eficiencia operativa y la sostenibilidad. Se utilizó una metodología documental con fuentes secundarias. Los resultados revelan beneficios operativos, ambientales y económicos mediante la implementación de prácticas circulares. Se concluye que su adopción es viable y recomendable en organizaciones del sector eléctrico.

PALABRAS CLAVES

Economía circular – Repuestos – Hidroeléctrica – Sostenibilidad – Mantenimiento – Inventario – Activos – Gestión ambiental.

INTRODUCCION

El sector hidroeléctrico enfrenta desafíos relacionados con la disponibilidad, mantenimiento y sostenibilidad de sus activos. La gestión tradicional de inventarios suele generar residuos y sobrecostos. Por ello, se propone una visión sostenible, enmarcada en los principios de la economía circular, que impulse el uso eficiente de materiales, reduzca el desperdicio y alargue la vida útil de los equipos.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de la implementación de prácticas de economía circular en la gestión de inventarios de repuestos dentro de una central hidroeléctrica.

METODOLOGIA

Tipo de investigación: Documental.

Fuentes: Normativas internacionales, informes institucionales, artículos científicos y documentos técnicos sobre economía circular y mantenimiento en plantas hidroeléctricas.

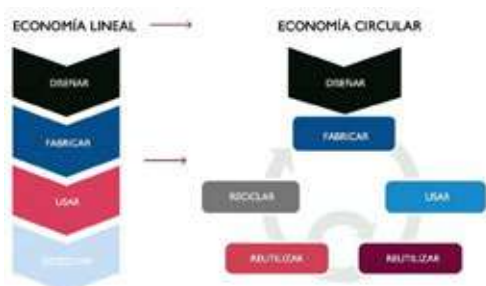
Enfoque: Análisis cualitativo de experiencias, buenas prácticas y modelos de gestión.

Instrumento: Fichaje documental y categorización temática.

RESULTADOS

La economía circular fomenta la reutilización, reacondicionamiento y reciclaje de piezas, disminuyendo la necesidad de nuevos repuestos. Mejora la eficiencia operativa mediante una gestión basada en datos y condición real de los activos. Reduce los costos asociados a compras, almacenamiento y disposición de residuos. Genera beneficios ambientales (menor huella de carbono, residuos industriales) y sociales (compromiso comunitario, innovación). Las tecnologías de monitoreo y plataformas CMMS/EAM son clave para aplicar estos principios.

ECONOMÍA LINEAL vs. ECONOMÍA CIRCULAR



MARCO METODOLÓGICO PROPUESTO



CONCLUSIONES

La investigación demuestra que la gestión de inventarios de repuestos bajo un enfoque de economía circular es técnica y económicamente viable, ofreciendo beneficios ambientales, operativos y financieros. Su aplicación requiere liderazgo institucional para coordinar las áreas de mantenimiento, compras y medio ambiente, junto con la digitalización mediante sistemas CMMS/ERP que optimicen la trazabilidad, rotación y control de los repuestos. Casos internacionales, como el Salt River Project (EE. UU.), que repara internamente el 25 % de sus transformadores y recicla el aceite usado, o ENEL (Colombia), que remanufacturó 800 unidades recuperando 155 toneladas de materiales, demuestran la eficacia del modelo circular. Se propone una clasificación ABC-VED para priorizar repuestos críticos, relevantes y secundarios, aplicando estrategias de reparación, remanufactura, reciclaje y reutilización colaborativa mediante bancos de repuestos compartidos entre empresas. Asimismo, se recomienda incluir cláusulas de circularidad en los contratos con proveedores y adoptar indicadores de desempeño como la rotación de stock, la tasa de reutilización, el tiempo medio de reparación y la reducción de emisiones de CO₂. En conjunto, estas acciones permiten reducir la dependencia de nuevos suministros, minimizar residuos y mejorar la sostenibilidad operativa de las centrales hidroeléctricas, contribuyendo al cumplimiento de los ODS 12 y 13 de producción responsable y acción por el clima.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- United States Energy Association. (2023). Circular economy white paper. Recuperado de: <https://usea.org/sites/default/files/Circular%20Economy%20White%20Paper%20FIN%20compressed.pdf>
- Jefatura del Estado. (2022). Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular [BOE-A-2022-5809]. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-5809>
- Semana. (2022, agosto). ENEL y su premio de economía circular por postes de concreto recuperado. Recuperado de: <https://www.semana.com/sostenibilidad/hablan-las-marcas/articulo/asi-avanza-el-compromiso-del-sector-energetico-con-la-economia-circular/202259/>
- Statkraft. (s. f.). Circular economy. Recuperado de: <https://www.statkraft.com/sustainability/sustainability-strategy/circular-economy/>

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Desarrollo del turismo sostenible en la Reserva Natural del Bosque Mbaracayú, año 2025.

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Americana; fabiola.sanchez@ua.edu.py
Fabiola Sánchez Bobadilla, Hernán Sutti Segovia, Chiara Núñez Brítez, Lourdes Ramírez Ayala

RESUMEN

La **Reserva Natural del Bosque Mbaracayú (RNBM)** nace mediante un acuerdo entre el gobierno paraguayo, la Fundación Moisés Bertoni, las Naciones Unidas y *The Nature Conservancy*, ratificado por la Ley Nacional 112 en el año 1991 (Congreso de la Nación, 1991); su área de conservación abarca 64.405 hectáreas de uno de los últimos remanentes del Bosque Atlántico del Alto Paraná ubicado en el Departamento de Canindeyú; su administración y gestión está a cargo de Fundación Moisés Bertoni. Esta investigación tuvo como objetivo analizar el desarrollo del turismo sostenible en la RNBM, en el año 2025; para ello se analizó la sostenibilidad del modelo turístico de la reserva a través de los tres pilares principales: ambiental, sociocultural y económico.

PALABRAS CLAVES

Desarrollo sostenible, turismo, biodiversidad, Reserva Natural del Bosque Mbaracayú.

INTRODUCCION

La RNBM no es solo un área protegida, sino un patrimonio natural y cultural que demuestra que la conservación y el desarrollo humano pueden coexistir de manera exitosa, sirviendo de modelo y esperanza para el futuro de la gestión ambiental en Paraguay y la región (Fundación Moisés Bertoni, 2025). En el año 2000, fue la primera área del país en ser designada como Reserva de la Biosfera por la UNESCO. Este reconocimiento internacional subraya su importancia global y su modelo de gestión que combina la conservación con el desarrollo sostenible. Protege más de 64,000 hectáreas de lo que se considera uno de los últimos fragmentos continuos de este ecosistema en Paraguay. Este bosque es crucial para la biodiversidad a nivel regional, ya que se extiende también por Brasil y Argentina.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo principal es analizar el desarrollo turístico sustentable de la RNBM, en el año 2025. Los objetivos específicos son identificar los impactos generados dentro del aspecto sociocultural por la actividad turística dentro de la reserva; evaluar el impacto económico del turismo en las comunidades locales; analizar las prácticas de gestión ambiental implementadas en la reserva para asegurar que las actividades turísticas sean consistentes con los objetivos de conservación.

METODOLOGIA

El trabajo es de tipo cualitativo, diseño no experimental, corte transaccional y exploratorio; responde al Objetivo de Desarrollo Sostenible Nro. 15: Vida de ecosistemas terrestres, teniendo en cuenta que la RNBM no es solo un área protegida, sino un patrimonio natural y cultural, donde se busca demostrar que la conservación y el desarrollo humano pueden coexistir de manera exitosa (Fundación Moisés Bertoni, 2025). La técnica de recolección de datos fue entrevista semiestructurada compuesta por preguntas basadas en los tres pilares de sostenibilidad (ambiental, sociocultural y económico), a trabajadores y directivos de la reserva en junio y julio del año 2025. **Este trabajo forma parte de una actividad de extensión desarrollada por la carrera de Gestión de Gestión de Turismo y Hotelería de la Universidad Americana.**

RESULTADOS

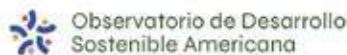


CONCLUSIONES

Se destaca el éxito de la gestión turística de la RNBM como un modelo de turismo sostenible que equilibra la conservación rigurosa con un ecoturismo de alta calidad. Sus puntos claves son: la **gestión ambiental sólida**, siendo un ejemplo en conservación de ecosistemas vulnerables, con políticas bien definidas y personal capacitado, priorizando la protección del bosque e impactando positivamente a través de la sensibilización de visitantes; el **impacto sociocultural y educativo**, ya que el turismo impulsa el desarrollo, contando con el modelo de empresa social del Mbaracayú Lodge que financia el Centro Educativo Mbaracayú, garantizando educación de calidad para jóvenes y promoviendo una interacción cultural respetuosa con la comunidad *Aché*; el **desarrollo económico y empoderamiento femenino** siendo el turismo una fuente vital de ingresos para las comunidades locales, también ha generado empleos directos, todos ocupados por mujeres; la **alta satisfacción del visitante**, considerando la calidad del servicio y la calidez del equipo humano resultan en una experiencia que supera las expectativas de los visitantes. Dentro de los desafíos a superar se encuentran: persisten desafíos relacionados con las condiciones climáticas y el estado de los caminos, dificultando el acceso a ciertos puntos; y se identifica una falta de herramientas de monitoreo y evaluación sistemática, lo que limita la capacidad de tomar decisiones informadas. Finalmente, la RNBM **es un modelo exitoso que debe enfocarse en mejorar su infraestructura, implementar sistemas de monitoreo y avanzar en la inclusión para optimizar su operación y maximizar su impacto positivo a largo plazo.**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Congreso de la Nación (1991). LEY N° 112/91. <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/2383/>
Fundación Moisés Bertoni (2025). Reserva Natural del Bosque Mbaracayú. <https://mbertoni.org.py/reserva-natural-del-bosque-mbaracayu/>



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Incidencia de las medidas sanitarias impuestas a causa de la pandemia de COVID-19 en la innovación de las PYMES gastronómicas de Asunción – Paraguay, año 2020

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas – Universidad Americana, martinez.rodrigomh@gmail.com
Econ. Rodrigo Sebastián Martínez Hermida

RESUMEN

Esta investigación analiza cómo las medidas sanitarias impuestas durante la pandemia del COVID-19 influyeron en los procesos de innovación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector gastronómico en Asunción, Paraguay. Se utilizó un enfoque mixto con niveles exploratorio, descriptivo y correlacional, apoyado en datos estadísticos y en un modelo de regresión logística. Los resultados evidencian que las restricciones sanitarias generaron un efecto disruptivo, impulsando a las empresas a innovar en sus productos, servicios y procesos operativos. El modelo econométrico muestra que las medidas sanitarias incrementaron en un 39,2% la probabilidad de que las empresas implementen innovaciones. Estos hallazgos resaltan la resiliencia del sector y su capacidad de adaptación en contextos de crisis, demostrando que la innovación fue un factor clave para la supervivencia empresarial.

PALABRAS CLAVES

Innovación; PYMES; COVID-19; Economía; Sector gastronómico.

INTRODUCCION

El contexto de la pandemia del COVID-19 provocó una crisis sin precedentes que afectó a todos los sectores productivos, especialmente al gastronómico, caracterizado por su alta dependencia del contacto presencial. En Paraguay, las medidas sanitarias como el cierre temporal de locales, la restricción horaria y la reducción de aforos obligaron a las empresas a redefinir sus estrategias de operación. Este estudio busca comprender cómo estas restricciones impulsaron o limitaron los procesos de innovación en las PYMES gastronómicas, evaluando los cambios estructurales, organizacionales y tecnológicos adoptados durante el año 2020.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la incidencia de las medidas sanitarias impuestas durante la pandemia del COVID-19 en la innovación de las pequeñas y medianas empresas del sector gastronómico en Asunción – Paraguay, en el año 2020.

METODOLOGIA

El estudio utilizó un enfoque mixto. En la primera etapa, se realizó un análisis documental y estadístico sobre el impacto económico y empresarial de las PYMES. En la segunda etapa, se aplicaron encuestas a propietarios y gerentes del sector gastronómico de Asunción. El procesamiento y análisis de los datos se efectuó mediante un modelo de regresión logística (logit) en el software RStudio, para estimar la probabilidad de innovación frente a las medidas sanitarias (variable COVID2). El modelo alcanzó un 73,08% de clasificación correcta, demostrando buena capacidad predictiva.

RESULTADOS

El modelo de regresión logística estimado mostró que la variable COVID2 - que representa las medidas sanitarias impuestas durante la pandemia - tuvo un efecto **positivo y estadísticamente significativo** sobre la innovación empresarial en las pymes gastronómicas de Asunción. El **efecto marginal promedio (dy/dx)** de **0,3919** indica que, ante un aumento en la intensidad de las medidas sanitarias, **la probabilidad de que las empresas innoven se incrementa en aproximadamente 39,2 puntos porcentuales**. Este resultado sugiere que las restricciones sanitarias actuaron como un **factor de impulso hacia la innovación**.

TABLA 1 – Modelo de Regresión Logística

Variable	Coeff.	Std. Err.	Wald	Df	Prob. > Chi2	Exp(B)	Lower Bound	Upper Bound
Constant	1.992	.657	9.13	1	.002	7.331	4.944	11.000
COVID2	-1.012	.413	6.05	1	.014	.362	.200	.657
Model R Squared	0.156		34 cases of obs		32			
Chi-square	11.202		Prob. > Chi2		0.001			

Fuente: Software RStudio con base en el modelo estimado.

TABLA 2 - Significancia de la innovación empresarial en las pymes gastronómicas de Asunción en el
año 2020

Variable	Coeff.	Std. Err.	Wald	Df	Prob. > Chi2	Exp(B)	Lower Bound	Upper Bound
Constant	1.992	.657	9.13	1	.002	7.331	4.944	11.000
COVID2	-1.012	.413	6.05	1	.014	.362	.200	.657

Fuente: Software RStudio con base en el modelo estimado.

Los resultados del modelo ($z = 5,67$; $p < 0,001$) confirman la **fuerte relación entre las medidas sanitarias y la innovación**, mientras que el pseudo R^2 (0,156) demuestra un nivel de ajuste adecuado para el tamaño de muestra. En términos cualitativos, los datos revelan que la **innovación se concentró principalmente en procesos y marketing**, destacándose la adopción de sistemas de delivery, reservas digitales y nuevas estrategias de comunicación. Sin embargo, **las limitaciones financieras y estructurales** siguen siendo un obstáculo: el **37,5%** de las empresas calificó su infraestructura como deficiente y el **42%** señaló **altos costos de financiamiento** como barrera para innovar.

CONCLUSIONES

El análisis realizado permite afirmar que las medidas sanitarias implementadas durante la pandemia del COVID-19 generaron un impacto significativo en la estructura y el comportamiento de las pequeñas y medianas empresas del sector gastronómico de Asunción. Estas restricciones, aunque inicialmente representaron una barrera operativa, actuaron como un catalizador que impulsó la adopción de innovaciones en productos, procesos y canales de comercialización. El modelo de regresión logística estimado demuestra una relación positiva y estadísticamente significativa entre las medidas sanitarias y la probabilidad de innovación, con un efecto marginal promedio del 39,2%. Este resultado evidencia que las empresas más afectadas por las restricciones fueron también las que más rápidamente adaptaron sus estrategias, fortaleciendo su capacidad de resiliencia y transformación digital. Se constató que la innovación no solo fue una respuesta coyuntural a la crisis, sino un factor determinante para la sostenibilidad económica. Las PYMES que incorporaron prácticas innovadoras lograron mantener su competitividad en un contexto adverso, generando aprendizajes continuos que podrán sostenerse a largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agresti, A. (2002). *Análisis de datos categóricos*. John Wiley & Sons.
- Baruj, G. (2017). *Las micro, pequeñas y medianas empresas en Paraguay: Caracterización del sector y análisis de los principales aspectos que limitan su desarrollo*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Banco Mundial. (2021). *Impacto del COVID-19 en América Latina y el Caribe: Desafíos y políticas de respuesta*. Banco Mundial.
- Buesa, J. H. (2016). *Manual de economía de la innovación*. Editorial Complutense.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *Innovación y transformación digital en tiempos de pandemia*. CEPAL.
- Ministerio de Industria y Comercio (MIC). (2021). *Informe nacional de MIPYMES en Paraguay*. Dirección General de Estudios Económicos.
- Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPBS). (2020). *Decreto N.º 3478: Medidas sanitarias ante la emergencia nacional COVID-19*.
- Manual de Oslo: *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3.ª ed.). OCDE.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Universidad Cornell, & INSEAD. (2020). *Índice mundial de innovación 2020: ¿Quién financiará la innovación?* OMPI.
- Schumpeter, J. A. (1944). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica.



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMPARACIÓN DE LA APLICACIÓN DE LAS NIIF EN EMPRESAS COTIZANTES EN LA BOLSA DE VALORES DE PARAGUAY

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana
Angélica Chávez; Shirley Guerrero; Walter Ovelar

RESUMEN

Este estudio analiza la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Paraguay. Mediante un enfoque cualitativo y análisis documental de estados financieros auditados, complementado con entrevistas a contadores expertos, se reveló una marcada heterogeneidad en el grado de aplicación. Empresas multinacionales como Telecel S.A.E. mostraron adopción rigurosa con revelaciones técnicas detalladas, mientras que firmas locales como Frigorífico Concepción S.A. presentaron cumplimiento mínimo. Los principales factores identificados fueron la capacidad técnica, auditoría externa, sector económico e internacionalización. El estudio concluye que una aplicación sustancial de las NIIF fortalece la transparencia, mejora la eficiencia del mercado y potencia la atracción de inversiones.

PALABRAS CLAVES

NIIF, bolsa de valores, auditoría externa, transparencia financiera, Paraguay, revelación contable

INTRODUCCION

La globalización económica ha posicionado a las NIIF como marco regulador esencial para estandarizar la información financiera. En Paraguay, aunque existe adopción formal desde 2020, persisten diferencias significativas en su implementación entre empresas cotizantes. Esta heterogeneidad genera interrogantes sobre la efectividad del marco regulador y limita la comparabilidad financiera. La investigación responde a la necesidad de fortalecer el mercado de capitales paraguayo, aún en consolidación, mediante transparencia y armonización con estándares internacionales que atraigan inversión nacional y extranjera.

OBJETIVO GENERAL

Comparar la aplicación de las NIIF en empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Paraguay, considerando las diferencias en su implementación y los factores que influyen en dicho proceso.

METODOLOGIA

Enfoque: Mixto (cualitativo-cuantitativo)

Diseño: No experimental, descriptivo-comparativo

Muestra: 4 empresas (Telecel S.A.E., Frigorífico Concepción S.A., Núcleo S.A., Villa Oliva Rice S.A.)

Técnicas:

- Análisis documental de estados financieros auditados (2023-2025)
- Entrevistas semiestructuradas a contadores expertos
- Matriz comparativa de cumplimiento normativo

Criterios de análisis: Presencia de NIIF específicas, calidad de notas explicativas, auditoría externa, revelación de provisiones e instrumentos financieros.

RESULTADOS

Tabla 1. Nivel de Aplicación por Empresa

Empresa	NIIF Aplicadas	Nivel de Profundidad
Telecel SAE	NIC 1, 10, 24, 37, NIIF 9, 15, 16	Alto
Frigorico Concepción	NIC 1, 7, 12, 16, 21	Medio-Bajo
Núcleo SA	NIIF 16 NIC 1, 7, 12, 24	Medio
Villa Oliva Rice	NIIF 1, 16 NIC 2, 10, 16, 41	Alto

Principales Desafíos Identificados

- Complejidad técnica:** Interpretación de NIIF 9, 15 y 16
- Capacitación limitada:** Escasez de profesionales especializados
- Recursos tecnológicos:** Sistemas contables inadecuados
- Auditoría externa:** Presencia irregular en empresas medianas
- Cultura organizacional:** Enfoque en cumplimiento formal vs. sustancial

Factores de Influencia

Positivos: Internacionalización, auditoría externa robusta, sector regulado

Negativos: Estructura local, limitaciones técnicas, ausencia de presión regulatoria efectiva

Tabla 2. Principales desafíos identificados en la adopción de las NIIF

Empresa	Desafíos Identificados	Fuente del Dato (Notas / Observaciones)
Telecel S.A.E.	Complejidad técnica elevada; necesidad de cumplimiento con estándares internacionales y consolidación multinacional.	Notas extensas que abordan provisiones, partes relacionadas, instrumentos financieros.
Frigorífico Concepción S.A.	Escasa referencia normativa específica; probable limitación técnica; ausencia de notas sobre arrendamientos, consolidación o provisiones.	Estructura formal sin integración técnica profunda; datos limitados.
Núcleo S.A.	Aplicación parcial de NIIF; revelaciones poco desarrolladas sobre instrumentos financieros; riesgo cambiario poco explicado.	Notas sobre arrendamientos y dividendos; limitada mención a riesgos contables complejos.
Villa Oliva Rice S.A.	Alta carga técnica contable; complejidad de normas aplicadas; presión sobre sostenibilidad financiera pese a cumplimiento normativo.	Aplicación detallada de NIIF sectoriales, pero con pérdidas económicas significativas.

CONCLUSIONES

Heterogeneidad significativa: La aplicación varía desde rigurosa (multinacionales) hasta básica (empresas locales)

Factores determinantes: Capacidad técnica interna, presencia de auditoría internacional, grado de internacionalización y sector económico

Brecha formal-sustancial: Muchas empresas cumplen formalmente pero carecen de aplicación profunda en revelaciones complejas

Transparencia limitada: Notas explicativas insuficientes sobre instrumentos financieros, provisiones y hechos posteriores

Oportunidades de mejora: Fortalecer capacitación profesional, mejorar supervisión de CNV y desarrollar guías de aplicación sectorial

Implicancia práctica: Una implementación rigurosa de NIIF mejora la transparencia, reduce asimetría informativa y fortalece la atracción de inversión en el mercado bursátil paraguayo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alegre Brites, M.Á. (2024). Adopción y percepción de NIIF en empresas privadas de Paraguay. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 9(26), 2-19.
- De Moura, A.A.F., & Gupta, J. (2019). Mandatory adoption of IFRS in Latin America: A boon or a bias. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*.
- Alruwaili, W.S., Ahmed, A.D., & Joshi, M. (2023). IFRS adoption, firms' investment efficiency and financial reporting quality. *International Journal of Accounting & Information Management*, 31(2), 376-411.
- Das, P.B.B.L., & Srivastava, A. (2023). The impact of IFRS convergence on financial performance. *EPRA International Journal of Research and Development*, 8(4), 52-58.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

TRANSFORMACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS EN PARAGUAY ENTRE 2013 Y 2024: BILLETERAS ELECTRÓNICAS, PAGOS QR Y CONECTIVIDAD

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana

Marco Arguello; Pedro Benítez; Cynthia González

RESUMEN

La digitalización financiera en Paraguay experimentó transformaciones significativas entre 2013-2024 con la adopción de billeteras electrónicas y pagos QR. Esta investigación analiza su evolución, identificando factores impulsores, barreras de conectividad y efectos en la inclusión financiera. Mediante enfoque mixto con 427 encuestas, entrevistas semiestructuradas y observación directa, se evidenció crecimiento notable en zonas urbanas (95% de usuarios) pero limitaciones persistentes en áreas rurales. Los hallazgos revelan que 80% de usuarios percibe alto impacto de conectividad en adopción tecnológica, mientras 50.2% enfrenta problemas de acceso a internet. La agilidad (47%) y seguridad (40%) son beneficios principales. Se concluye que infraestructura tecnológica, educación financiera y cooperación público-privada resultan fundamentales para consolidar transformación digital sostenible del sistema financiero paraguayo.

PALABRAS CLAVES

Billeteras electrónicas, conectividad digital, inclusión financiera, pagos QR, transformación financiera

INTRODUCCION

Paraguay experimentó profunda transformación en servicios financieros desde implementación del SIPAP (2013) hasta consolidación del Sistema de Pagos Instantáneos (2021-2024). La digitalización revolucionó transacciones mediante billeteras electrónicas (Tigo Money, Zimplé, Pago Express) y códigos QR estandarizados EMV® QRCPs. El contexto post-pandemia COVID-19 aceleró adopción de medios digitales, elevando inclusión financiera del 30-50% al 72% regional. Sin embargo, persisten desafíos: brecha digital urbano-rural, alfabetización tecnológica limitada e infraestructura insuficiente. Paraguay mantiene indicadores de profundización financiera (crédito/PIB 40%) inferiores al promedio latinoamericano, evidenciando oportunidades de desarrollo. Esta investigación examina factores socioeconómicos, institucionales y tecnológicos que determinan adopción diferencial de servicios digitales, contribuyendo al conocimiento sobre transformación financiera en economías emergentes.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la evolución del uso de billeteras electrónicas y pagos QR en Paraguay entre 2013-2024, considerando su rol transformador en servicios financieros, inclusión financiera y conectividad digital.

METODOLOGIA

Diseño: Investigación mixta, descriptiva-correlacional, no experimental, alcance exploratorio.

Población: 311,379 empresas (DIRGE-INE 2024).

Muestra: 427 participantes (error 5%, confianza 95%) mediante muestreo estratificado por ubicación, tamaño comercial y sector económico.

Instrumentos:

- Encuestas estructuradas (n=427) con escala Likert
- Entrevistas semiestructuradas (n=31) a actores clave
- Observación directa (fichas estructuradas) en comercios urbanos/rurales
- Análisis documental: normativas BCP, estudios INE, reportes FMI

Variables operacionalizadas: Adopción tecnológica, inclusión financiera, conectividad, impacto rural, políticas regulatorias.

Análisis: Estadística descriptiva, análisis temático cualitativo, triangulación metodológica.

RESULTADOS

Perfil usuarios: 50% rango 31-45 años, distribución equitativa género, 95% zona urbana, 63% educación universitaria completa, 62% empleados.

Frecuencia uso: 37% muy frecuente, 35% frecuente; 80% compras comercios físicos, 70.8% pago servicios.

Factores impulsores: Agilidad (47%), seguridad (40%), descuentos (7%). Facilidad de uso genera 67% satisfacción muy alta.

Barreras principales:

- Conectividad internet: 50.2% problemas persistentes
- Comercios limitados: 28.5%
- Capacitación insuficiente: 10.8%
- Inseguridad percibida: 6.6%
- Brecha urbano-rural: 59% menor uso zona rural; 45% atribuye a internet deficiente.
- Infraestructura observada: 65% internet estable, 80% dispositivos POS, 70% lectores QR en comercios monitoreados.
- Transacciones: 56% métodos digitales vs 44% tradicionales; 60% conexión adecuada pero 40% intermitencia problemática.
- Satisfacción seguridad: 51% totalmente de acuerdo, 33% de acuerdo en continuar uso futuro.
- Perspectivas: 80% reconoce alto impacto conectividad; 54% demanda mejora banda ancha, 16% capacitaciones.

Reglamentación de los Sistemas de Pagos

Ley N° 4595 "Sistemas de Pagos y Liquidación de Valores"
Decreto Reglamentario
"De alto valor: Liquidación Bruta en Tiempo Real (LBTR) y, la Depositaria de Valores Públicos (DCV) con títulos emitidos por el BCP y el Gobierno Nacional".
"De bajo valor: Cámara Compensadora de Cheques y la Cámara de Compensación Automatizada (ACH, por sus siglas en inglés)"
Resolución N° 6 "Sistema de Pagos del Paraguay (SIPAP) - Implementación del Sistema de Pagos Instantáneos (SPI)"
Acta de Resolución 35 "Reglamento General de los sistemas de Pagos del Paraguay (SIPAP)"
Acta de Resolución 75 "Reglamentaciones Complementarias a las Ordenadas en la Resolución N° 1 Acta N° 35"
"Sistema de Pagos Instantáneos (SPI)"
Resolución N° 18 "Norma Reglamentaria que Establece el Tarifario de los Sistemas de Pagos del Paraguay (SIPAP)"
Resolución N° 12 "Reglamento del Estándar de Generación de QR para Pagos Electrónicos en el Paraguay"
"Guía de Implementación para Estándar de Pagos Electrónicos con QR"

CONCLUSIONES

La transformación financiera digital paraguaya muestra avances significativos pero desiguales. Existe adopción consolidada en centros urbanos con infraestructura adecuada, mientras áreas rurales enfrentan exclusión por conectividad deficiente.

Factores críticos identificados: (1) Infraestructura tecnológica determinante en adopción, (2) Educación digital insuficiente limita potencial inclusivo, (3) Seguridad percibida influye positivamente en continuidad de uso, (4) Regulación BCP (Resolución 12/2024) impulsa estandarización QR.

Recomendaciones estratégicas:

- Inversión público-privada en banda ancha rural
- Programas masivos alfabetización digital
- Incentivos fiscales comercios adoptantes
- Interoperabilidad plena entre plataformas
- Marco regulatorio equilibrado innovación-seguridad

Consolidación requiere enfoque integral: infraestructura robusta, cultura financiera fortalecida, colaboración sectorial y compromiso con desarrollo sostenible alineado a ODS. La convergencia estos elementos permitirá transformación equitativa, competitiva e inclusiva del ecosistema financiero nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central Paraguay (2023). Reglamento General SIPAP. Acta 35.
Dávalos & Valenzuela (2024). Nivel conocimiento pagos digitales. Rev Científica UCSA, 11(3), 93-116.
Fernández (2018). Sistema financiero: Carpe diem. BCP, 61-89.
IMF (2024). Paraguay Report 24/367.
INE (2024). Directorio General Empresas-DIRGE..

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO EN PARAGUAY: ANÁLISIS DE VIABILIDAD Y RENTABILIDAD

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana

Rudy Callimici; Liz Fabiola Gauto; Ross Mary Aguilar

RESUMEN

Este estudio analiza la viabilidad económica-financiera de una empresa de transporte turístico en Paraguay para el periodo 2024-2034. Se desarrolló un plan de negocios integral aplicando el modelo B2C, dirigido a turistas nacionales e internacionales. La investigación incluye análisis de mercado mediante encuesta a 385 personas, evaluación competitiva con 5 fuerzas de Porter, proyecciones financieras y análisis de sensibilidad. Los resultados muestran un VAN de Gs.611.846.223, TIR del 18,1% y recuperación de inversión en 5,57 años. La inversión total requerida es Gs.2.666.693.098, con rentabilidad neta creciente del 5,9% al 12,5% en 10 años. El mercado objetivo alcanza 230.893 personas, proyectándose 2.540 paquetes vendidos el primer año. Los principales hallazgos revelan alta demanda insatisfecha (82,55% desea turismo interno), deficiencias en infraestructura turística y oportunidad de mercado en crecimiento post-pandemia. La investigación confirma viabilidad del proyecto con indicadores financieros positivos, aunque vulnerable a escenarios adversos de costos y ventas.

PALABRAS CLAVES

Turismo interno, transporte turístico, plan de negocios, viabilidad financiera, Paraguay, análisis de mercado

INTRODUCCION

Paraguay presenta un sector turístico en desarrollo con crecimiento del 803% en visitantes post-pandemia (2021-2022), alcanzando 603.510 visitantes en el primer semestre 2022. A pesar del potencial, existen deficiencias críticas: escasa infraestructura turística, limitada oferta de transporte especializado y baja promoción internacional. Según SENATUR, Paraguay ocupa segunda posición en preferencia regional (5,9%), por detrás de destinos consolidados. La investigación de mercado identificó que el 54,84% de encuestados señala falta de organización y transporte como principal barrera. El sector aporta divisas significativas, posicionándose cuarto en generación económica nacional. La Organización Mundial del Turismo proyecta crecimiento sostenido para 2024-2030, creando oportunidad para servicios turísticos profesionalizados que articulen recursos naturales, culturales e históricos del país mediante circuitos organizados.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios integral para un servicio de transporte turístico en Paraguay, evaluando su viabilidad técnica, comercial y financiera, con proyección a 10 años (2024-2034), que permita atender la demanda insatisfecha de turistas nacionales e internacionales mediante circuitos especializados.

METODOLOGIA

Diseño: Estudio descriptivo-analítico con enfoque cuantitativo.

Población: 230.893 personas (residentes de Asunción 20-59 años y visitantes internacionales 2015-2022).

Muestra: 385 encuestados (95% confianza, 5% error). Distribución: 93,5% paraguayos, 6,5% extranjeros.

Instrumentos: Encuesta estructurada trilingüe (español/inglés/portugués), matrices de análisis estratégico (Porter, FODA, Ansoff), evaluación financiera.

Análisis estratégico: 5 fuerzas de Porter (atractivo: 2,90), matriz FODA, evaluación 54 competidores directos y 194 indirectos.

Proyecciones financieras: Flujos de caja 10 años, VAN, TIR, punto de equilibrio, análisis de sensibilidad (8 escenarios individuales, 3 combinados).

Inversión: Gs.2.666.693.098 (62,5% capital propio, 37,5% financiamiento bancario 12% anual, 5 años).

Circuitos: 10 zonas geográficas, 24 paquetes diferenciados (1-7 días), flota: 1 minibus County, 3 Staria, 2 4x4.

RESULTADOS

Mercado: 86,61% encuestados considera necesario turismo interno; 82,55% desea realizarlo post-encuesta.

Preferencias: 59,81% interior, 56,39% paquetes 2-3 días, 66,03% disposición pago Gs.300.000-500.000/día.

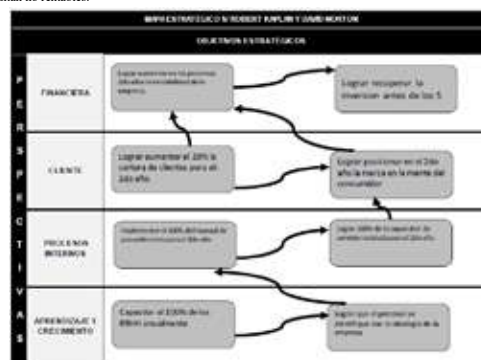
Competencia: Atractivo industria 2,90/5,0. Barreras entrada: altas por inversión inicial e identificación marca. Rivalidad moderada con 54 operadores directos concentrados en zonas específicas.

Financiero:

- Ingresos año 1: Gs.4.243.982.746 (2.540 paquetes);
- Utilidad neta año 1: Gs.250.578.577 (5,9%) vs Utilidad neta año 10: Gs.912.957.131 (12,5%);
- VAN: Gs.611.846.223; TIR: 18,1% (vs Ko 13%); Payback: 5,57 años; IR: 1,37
- EBITDA año 1: Gs.642.143.766

Punto equilibrio: 89,3% año 1, estabilizándose 76,7% año 10.

Sensibilidad: Escenarios negativos en aumento costos (>15%), disminución ventas (>10%) o combinaciones resultan no rentables.



CONCLUSIONES

El proyecto demuestra viabilidad económica-financiera con indicadores positivos: VAN superior a cero, TIR 39% mayor al costo capital y recuperación inversión en 5,57 años. La utilidad neta crece sostenidamente de 5,9% a 12,5%, reflejando escalabilidad del modelo.

El análisis de mercado confirma demanda insatisfecha significativa: 82,55% desea turismo interno pero enfrenta barreras de información (38,31% califica deficiente), acceso (54,84% señala falta transporte) y organización. Esta brecha representa oportunidad estratégica.

La estrategia de diferenciación mediante servicio personalizado, guías especializados y circuitos integrados posiciona favorablemente frente a competencia fragmentada. La inversión en marketing digital (40,08% preferencia redes sociales) resulta crítica para penetración mercado. Sin embargo, existen vulnerabilidades: sensibilidad alta a variaciones costos/ventas, dependencia estacionalidad y necesidad capital operativo creciente (Gs.304M a Gs.493M). El punto de equilibrio elevado (89,3% año 1) requiere ejecución comercial eficiente.

Se recomienda implementación con monitoreo trimestral indicadores, diversificación paquetes por estacionalidad y desarrollo alianzas estratégicas con hoteles/atracciones para mitigar riesgos identificados en análisis sensibilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bacigalupo, R. et al. (2018). Plan Maestro 2019-2026. SENATUR Paraguay.
 Fernández, M. et al. (2022). Informe Turismo Receptivo 2022. SENATUR.
 Montiel, A. et al. (2023). Plan Maestro 2023-2030. SENATUR Paraguay.
 Porter, M. (1997). Estrategia Competitiva. Ed. Continental. UNWTO (2023).
 Barómetro Turismo Mundial. Organización Mundial Turismo.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ENGAGEMENT LABORAL EN COLABORADORES DE UNA EMPRESA DEL SECTOR AVÍCOLA DE SAN LORENZO, PARAGUAY, 2022

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana

Giselle Samudio; Pedro Medina; Sandra Pertile

RESUMEN

El engagement laboral es fundamental para la productividad y retención del talento. Este estudio analizó los niveles de engagement en colaboradores del sector avícola de San Lorenzo, Paraguay, evaluando sus dimensiones (vigor, dedicación y absorción) y su relación con variables sociodemográficas. Se aplicó la escala UWES a 70 colaboradores mediante muestreo no probabilístico. Los resultados revelaron niveles moderados a altos de engagement, destacando la dedicación como dimensión predominante. La antigüedad y nivel educativo mostraron correlación positiva con el compromiso laboral, mientras el género no presentó diferencias significativas. El estudio aporta recomendaciones prácticas para fortalecer el engagement en el sector.

PALABRAS CLAVES

Engagement, compromiso laboral, vigor, dedicación, absorción, sector avícola

INTRODUCCION

El engagement laboral representa el compromiso, energía y dedicación de los empleados hacia su trabajo y organización. En el sector avícola, caracterizado por altas exigencias operativas, analizar este constructo resulta estratégico para mejorar el desempeño organizacional y la retención del talento. A pesar de su relevancia, existen limitadas investigaciones sobre engagement en este sector específico. La empresa estudiada reportaba fluctuaciones en productividad y rotación de personal, sugiriendo posibles deficiencias en los niveles de compromiso laboral. Este estudio se fundamenta en la psicología organizacional positiva, utilizando el modelo tridimensional de Schaufeli y Bakker que conceptualiza el engagement a través de vigor, dedicación y absorción.

OBJETIVO GENERAL

Analizar los niveles de engagement laboral en colaboradores de una empresa del rubro avícola de San Lorenzo y su relación con características sociodemográficas.

METODOLOGIA

Diseño: Cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo-correlacional.

Participantes: 70 colaboradores de sucursales de San Lorenzo y Villeta.

Instrumento: Escala Utrecht Work Engagement Scale (UWES-17), validada internacionalmente ($\alpha > 0.70$), que evalúa:

- Vigor (6 ítems): energía y resistencia mental
- Dedicación (5 ítems): significado y entusiasmo
- Absorción (6 ítems): concentración e inmersión

Variables sociodemográficas: edad, género, antigüedad, nivel educativo, área de trabajo.

Análisis: Estadística descriptiva y correlacional.

RESULTADOS

Características sociodemográficas:

- 93% hombres, 7% mujeres
- 43% entre 24-30 años, 33% entre 18-24 años
- 64% con >10 años de antigüedad
- 64% educación básica completa

Dimensiones del engagement:

- Dedicación: 47% considera su trabajo retador y estimulante; 29% expresa orgullo laboral
- Vigor: 42% se siente fuerte y resiliente; 25% reporta alta energía
- Absorción: 32% percibe que el tiempo pasa rápido trabajando; 27% experimenta felicidad al estar enfocado

Correlaciones significativas:

- Mayor antigüedad se asocia con mayor dedicación y absorción (64% con >10 años muestran alto compromiso)
- Nivel educativo no limita el engagement (64% con educación básica demuestran alto compromiso)
- Género no mostró diferencias significativas
- 86% reconoce relación entre edad y nivel de energía
- 89% indica que estado civil no impacta la dedicación laboral

Fig. 1. Diferencias entre Vigor, Dedicación y Absorción

Vigor	Dedicación	Absorción
- Altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja. - Disfrute de inventar: rutinas, incluso en situaciones adversas. - Disposición para efectuar esfuerzos de forma persistente. - Activación mental.	- Alta implicación laboral. - Inspiración por el trabajo. - Involucramiento en el trabajo. - El trabajo es desafiante. - El trabajo es una actividad significativa. - Orgullo. - Entusiasmo.	- Alta concentración. - Sensación de disfrute por el trabajo. - Fascinación con el trabajo. - Absorción en la percepción del paso del tiempo. - Dificultad para apartarse del trabajo debido a la gratificación que siente por ello.

Fig. 2. Motivos de industrialización de las organizaciones



CONCLUSIONES

Los colaboradores presentan niveles moderados a altos de engagement, siendo la dedicación la dimensión predominante. La antigüedad laboral constituye un factor protector del compromiso, mientras que el nivel educativo formal no representa una barrera para el engagement en este sector. Los hallazgos sugieren que la experiencia práctica y la estabilidad laboral son más determinantes que la formación académica para desarrollar compromiso organizacional en el sector avícola. Se recomienda implementar programas de desarrollo profesional, reconocimiento del desempeño, comunicación efectiva y monitoreo continuo del clima laboral para fortalecer el engagement y optimizar la gestión del talento humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Schaufeli W, Bakker A. (2003). Utrecht Work Engagement Scale. Utrecht University.
- Salanova M, Schaufeli W. (2009). El engagement en el trabajo. Alianza Editorial.
- Maslach C. (2009). Comprendiendo el burnout. Ciencia y Trabajo, 11(32):37-43.
- Hernández R, Fernández C, Baptista P. (2010). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE MARKETING PARA TIENDAS DE CONVENIENCIA MÓVILES EN CONTENEDORES: MODELO PASOFÁCIL EN RUTAS DE ALTO TRÁNSITO EN PARAGUAY

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana

Marcelo Aguilera, Robert Quintana; Ross Mary Aguilar

RESUMEN

El presente estudio evaluó la viabilidad comercial, operativa y financiera de PasoFácil, un modelo innovador de tiendas de conveniencia móviles instaladas en contenedores adaptados sobre la Ruta PY02 en Paraguay. La propuesta combina conveniencia, accesibilidad y sostenibilidad para atender necesidades de consumo de viajeros en tránsito. La inversión inicial ascendió a Gs. 732.708.052, financiada mediante capital propio (76,4%) y bancario (23,6%). El análisis incluyó segmentación B2C y B2B, matrices estratégicas (FODA, PEST, Porter), investigación de mercado con 194 encuestas y proyecciones financieras a cinco años bajo tres escenarios. Los resultados demostraron viabilidad económica con VAN positivo (Gs. 463 millones), TIR del 33,3% (superior al WACC del 15,1%) y recuperación de inversión entre 3-4 años en escenario realista, consolidando la propuesta como rentable, replicable y de impacto social.

PALABRAS CLAVES

Tienda móvil, Contenedor comercial, Comercio de conveniencia, Marketing estratégico, Posicionamiento de marca

INTRODUCCION

El comercio minorista ha experimentado transformaciones significativas impulsadas por cambios en hábitos de consumo y globalización. Las tiendas de conveniencia surgieron como solución para consumidores que buscan rapidez y accesibilidad. En Paraguay, el concepto ha ganado relevancia en zonas urbanas, pero existe potencial considerable en rutas de alta afluencia. La Ruta PY02 registra flujos diarios de 15.000 vehículos, generando demanda insatisfecha de servicios de conveniencia. El uso de contenedores reciclados como estructura comercial representa una estrategia innovadora que combina eficiencia, versatilidad y menores costos operativos, permitiendo ajustar ubicaciones según dinámica del tráfico.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad económica para la instalación de tiendas de conveniencia móviles en contenedores que ofrezcan productos masivos en la Ruta PY02, mediante un plan de marketing integral que asegure sostenibilidad financiera y posicionamiento estratégico.

METODOLOGIA

Diseño: Investigación cuantitativa, no experimental, descriptiva de corte transversal.

Población y muestra: N=15.000 viajeros diarios (Ruta PY02). Muestra probabilística n=194 (confianza 95%, error $\pm 7\%$). Instrumento: Cuestionario estructurado aplicado presencialmente en puntos estratégicos.

Análisis estratégico: Matrices FODA, PEST, Porter (cinco fuerzas), McKinsey, MEFI/MEFE, CAME. Estrategia Canvas y esquema de cuatro acciones.

Proyecciones financieras: Horizonte temporal 5 años. Tres escenarios (realista, optimista, pesimista).

Indicadores: VAN, TIR, Payback, WACC, ratios financieros.

Segmentación: Geográfica (Ruta PY02), demográfica (18-60 años), psicográfica (estilo de vida ajetreado), conductual (viajeros permanentes y ocasionales).

RESULTADOS

Investigación de mercado:

- 90% de encuestados se detiene a comprar durante viajes
- 57% compra en estaciones de servicio, 23% en minimarkets
- Principales productos demandados: bebidas (25%), snacks (27%), café (22%)
- 91% valora uso de energía sostenible
- 57% prefiere atención personal vs 22% autoatención digital

Análisis competitivo:

Posicionamiento diferenciado en cuadrante calidad media-alta/precio medio, superando percepción de vendedores ambulantes y despensas rurales.

Indicadores financieros (escenario realista):

- VAN: Gs. 463.000.000 (positivo) TIR: 33,3% (2,2x superior al WACC del 15,1%)
- Payback descontado: inicio año 5
- Market share: 4,88% (año 1) $\rightarrow$ 6,33% (año 5)
- Punto de equilibrio: 97,1% de ventas proyectadas (año 1)
- Margen bruto: 41,7%-42,5%
- EBITDA: 6,2% (año 1) $\rightarrow$ 16,9% (año 5)
- ROA: 7,0% $\rightarrow$ 31,4%
- ROE: 4,0% $\rightarrow$ 26,6%

Escenarios adicionales:

Optimista: VAN Gs. 838M, TIR 51,4%, payback 3 años

Pesimista: VAN Gs. 490M, TIR 30,0%, payback 4+ años

Fig. 1. Mapa mental sobre sugerencias y recomendaciones



CONCLUSIONES

PasoFácil demostró viabilidad financiera, comercial y operativa en los tres escenarios evaluados. La propuesta responde efectivamente a necesidades identificadas del mercado objetivo, ofreciendo valor diferencial mediante ubicación estratégica, formato innovador y experiencia de compra ágil. El análisis financiero confirmó rentabilidad superior al costo de capital, con recuperación de inversión en plazos razonables. La estructura de capital equilibrada (mayor participación de recursos propios) reduce riesgo financiero inicial. El modelo presenta escalabilidad controlada, permitiendo expansión gradual según validación operativa. La aceptación del concepto por parte del público objetivo (57% muy dispuestos, 32% moderadamente dispuestos) refuerza viabilidad comercial. Se recomienda implementación gradual, iniciando con unidad piloto, consolidación de procesos y posterior expansión basada en resultados operativos reales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Kotler P, Keller KL. Dirección de marketing. 16ª ed. Pearson; 2021.
Porter ME. Competitive Strategy. Free Press; 1980.
Hill CL, Jones GR. Strategic Management Theory. 13ª ed. Cengage; 2021.
MOPC Paraguay. Estadísticas de tránsito vial. 2024.
Malhotra NK. Investigación de mercados. Pearson; 2008.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

SATISFACCIÓN LABORAL EN UN HOSPITAL PRIVADO DE CIUDAD DEL ESTE, 2024

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana
Lorena Almada; Martha Gehrmann

RESUMEN

La satisfacción laboral constituye un factor crítico que influye en la productividad, calidad del servicio y retención del personal en instituciones de salud. Este estudio descriptivo cuantitativo evaluó la satisfacción laboral del personal administrativo del Hospital Tesai de Ciudad del Este durante el segundo semestre de 2024. Se aplicó el Cuestionario S20/23 a 153 funcionarios administrativos (94% de la población total). Los resultados evidencian que el 59% presenta satisfacción media, 21% baja y 13% alta. Los factores con menor satisfacción fueron el ambiente laboral (40% bajo) y el trabajo en sí (36% bajo). Se identificaron diferencias por sexo, siendo las mujeres más satisfechas que los hombres. Estos hallazgos sugieren la necesidad de implementar estrategias de mejora en condiciones ambientales, desafíos laborales y reconocimiento.

PALABRAS CLAVES

Satisfacción laboral, personal administrativo, hospital privado, factores de satisfacción, gestión del talento humano

INTRODUCCION

En el sector salud, la eficiencia y efectividad de los servicios dependen del bienestar de los empleados. La satisfacción laboral, entendida como el grado en que los empleados se sienten valorados, influye directamente en la productividad, calidad del servicio, retención del personal y estabilidad organizacional. El personal administrativo hospitalario maneja tareas esenciales desde administración de registros hasta gestión de recursos humanos y financieros. La insatisfacción en este grupo puede generar alta rotación, ausentismo y disminución del rendimiento, afectando la calidad del cuidado al paciente y la reputación institucional. La satisfacción laboral integra factores extrínsecos (condiciones físicas, salario, políticas) e intrínsecos (reconocimiento, autonomía, desarrollo). Según Herzberg (1968), la satisfacción plena requiere factores higiénicos (ambiente, seguridad, clima) y motivacionales (responsabilidad, reconocimiento, crecimiento).

OBJETIVO GENERAL

Describir la satisfacción laboral del personal administrativo del Hospital Tesai de Ciudad del Este durante el segundo semestre del año 2024.

METODOLOGIA

Diseño: Investigación cuantitativa, no experimental, transversal, con alcance descriptivo.

Población y muestra: 163 funcionarios administrativos del Hospital Tesai. Muestra probabilística de 153 participantes (94%).

Instrumento: Cuestionario General de Satisfacción en Organizaciones Laborales S20/23 (Meliá & Peiró, 1989), versión de 34 ítems que evalúa seis factores:

- Satisfacción por el trabajo (9 ítems)
- Satisfacción con el ambiente (7 ítems)
- Satisfacción con la forma de realizar el trabajo (6 ítems)
- Satisfacción con oportunidades de desarrollo (6 ítems)
- Satisfacción con relación subordinado-supervisor (3 ítems)
- Satisfacción con la remuneración (3 ítems)

Escala Likert de 5 puntos (1=Muy insatisfecho a 5=Muy satisfecho). Tiempo de aplicación: 12 minutos promedio.

Procedimiento: Aplicación presencial en octubre-noviembre 2024, previo consentimiento informado. Análisis estadístico descriptivo.

RESULTADOS

Perfil demográfico:

- Sexo: 58% mujeres, 42% hombres
- Edad: 41% entre 29-39 años, 34% entre 40-50 años, 25% mayor de 50 años
- Nivel académico: 92% universitario

Satisfacción laboral general:

- Media: 59%
- Baja: 21%
- Alta: 13%
- Muy alta: 8%

Satisfacción por factores:

Factor	Muy Alta	Alta	Media	Baja
Trabajo en sí	10%	21%	33%	36%
Ambiente	7%	18%	35%	40%
Forma de trabajo	9%	16%	42%	33%
Oportunidades desarrollo	5%	12%	55%	28%
Relación supervisor	5%	11%	52%	32%
Remuneración	6%	16%	45%	33%

Factores críticos:

Ambiente laboral (40% insatisfacción) y Trabajo en sí (36% insatisfacción).

Diferencias por sexo:

Las mujeres presentan mayor satisfacción en todos los niveles. Satisfacción media: mujeres 56%, hombres 54%. Baja satisfacción: hombres 36%, mujeres 28%.

CONCLUSIONES

Predomina la satisfacción laboral media (59%), con solo 13% de alta satisfacción, indicando áreas de mejora significativas. Los factores más críticos son el ambiente laboral (40% insatisfacción) y la satisfacción por el trabajo (36% insatisfacción), relacionados con condiciones físicas, relaciones interpersonales y desafíos laborales. Las oportunidades de desarrollo y la forma de realizar el trabajo presentan niveles medios más altos (55% y 42%), sugiriendo aspectos positivos a fortalecer. Las diferencias por sexo evidencian mayor insatisfacción masculina (36% vs 28%), posiblemente por expectativas sociales y presión laboral diferenciada. Se recomienda implementar programas de mejora del ambiente físico, sistemas de reconocimiento, equilibrio trabajo-vida y oportunidades de desarrollo profesional diferenciadas por perfil demográfico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apancho G, Condori K. (2016). Clima organizacional y satisfacción laboral en enfermeras. Universidad Nacional San Agustín, Perú.
- Herzberg F. (1968). One more time: How do you motivate employees? Harvard Business Review, 46(1), 13-22.
- Landy FJ, Conte JM. (2005). Psicología industrial: Introducción a la psicología industrial y organizacional. McGraw-Hill.
- Meliá JL, Peiró JM. (1989). Cuestionario de Satisfacción Laboral S20/23. Universidad de Valencia.
- Staw BM, Ross J. (1985). Stability in the midst of change: A dispositional approach to job attitudes. Journal of Applied Psychology, 70, 469-480.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS DE CIBERSEGURIDAD EN ASUNCIÓN Y GRAN ASUNCIÓN

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana
Zamira María Zaván Flores; Christian Benítez

RESUMEN

Este estudio desarrolla una estrategia de marketing para SoftSecurity, empresa emergente de ciberseguridad en Paraguay. En un contexto de acelerada digitalización, donde el MITIC registró 236 incidentes gubernamentales en 2020, la seguridad cibernética representa una necesidad crítica y ventaja competitiva. Mediante análisis competitivo (Cinco Fuerzas de Porter), estudios de mercado y evaluación financiera, se diseñó un plan integral de marketing para posicionar a la empresa como líder regional. El mercado objetivo comprende 9.150 empresas con alta dependencia tecnológica en Asunción y Gran Asunción. La inversión total requerida es G.702.400.000, con proyección de ventas desde G.1.306.500.000 (año 1) hasta G.1.985.797.005 (año 5). Los indicadores financieros muestran viabilidad: VAN de G.124.527.341, TIR de 26,98% y recuperación de inversión en 4 años y 3 meses. La estrategia combina penetración de mercado, diferenciación por especialización y marketing digital intensivo.

PALABRAS CLAVES

Plan de Marketing, Ciberseguridad, SoftSecurity, Estrategia Competitiva, Viabilidad Financiera

INTRODUCCIÓN

El mercado global de ciberseguridad alcanzará \$345 mil millones en 2025. América Latina experimentó 60% de aumento en incidentes cibernéticos (OEA-Symantec, 2020), mientras Paraguay registró 432 incidentes distribuidos entre sectores gubernamental (236), privado (90) y educativo (26). Con 76,3% de penetración de internet (INE, 2022) y cinco empresas dominando el mercado local, existe oportunidad significativa para nuevos participantes ofreciendo soluciones innovadoras y personalizadas. La transformación digital acelerada demanda protección robusta de activos digitales, convirtiendo la ciberseguridad en prioridad estratégica empresarial.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de marketing que permita a SoftSecurity posicionarse como líder en el mercado de seguridad cibernética de Asunción y Gran Asunción, mediante soluciones especializadas y diferenciadas.

METODOLOGÍA

Análisis Estratégico:

Cinco Fuerzas de Porter: evaluación competitiva con atractivo industrial de 3,06 (estándar) y 2,90 (modificado)

Análisis PEST: factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos

Matrices FODA y CAME: identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

Strategy Canvas: posicionamiento versus competidores (Sekiura, Opentech, Securetia)

Investigación de Mercado:

Enfoque cualitativo mediante entrevistas a 10 empresas

Segmentación por tamaño, sector, ubicación y nivel de digitalización

Análisis de competencia directa e indirecta

Plan Financiero

Horizonte: 5 años

Tasa de inflación: 4,7%

Tasa de descuento WACC: 13,77%

Análisis de sensibilidad: escenarios optimista, realista y pesimista

RESULTADOS

Mercado y Competencia:

Mercado potencial: 15.250 empresas (250 financieras, 15.000 no financieras)

Mercado objetivo: 9.150 empresas con alta dependencia tecnológica

Competidores principales muestran insatisfacción del 60-70% de clientes

Oportunidad de diferenciación mediante personalización y soporte 24/7

Estrategia de Marketing

- Posicionamiento: especialista en soluciones B2B personalizadas
- Cartera de productos: 6 servicios desde G.500.000 hasta G.5.000.000
- Precio: estrategia de penetración 5-15% inferior a competencia
- Canales digitales: web, redes sociales, email marketing
- Presupuesto marketing año 1: G.44.000.000

Indicadores Financieros (Escenario Realista):

- Inversión total: G.702.400.000 (29% capital propio, 71% financiamiento)
- VAN: G.124.527.341 (positivo); TIR: 26,98% (superior a WACC 13,77%)
- Relación B/C: 1,02; Payback: 4 años y 3 meses
- Margen bruto: 65,9% - 67,5%; EBITDA: 9,4% - 22,8%

Análisis de Sensibilidad:

Escenario optimista (+5% ventas): VAN G.289.531.359, TIR 44,48%, Payback 3 años 2 meses

Escenario pesimista (-5% ventas): VAN G.-42.350.831, TIR 9,27%, proyecto marginal

ANÁLISIS CAME			
Análisis Externo			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES		AMENAZAS
	ESTRATEGIA DE RECUPERACIÓN		ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA
	CORREGIR LO		REFORZAR LO
DEBILIDADES	CORREGIR LO		REFORZAR LO
	CORREGIR LO		REFORZAR LO
	CORREGIR LO		REFORZAR LO

CONCLUSIONES

El plan de marketing demuestra viabilidad económica y estratégica para SoftSecurity. Los indicadores financieros positivos (VAN>0, TIR>WACC) confirman rentabilidad del proyecto en escenarios realista y optimista. La alta insatisfacción con proveedores actuales (60-70%) y creciente digitalización empresarial crean oportunidad de mercado favorable. Factores críticos de éxito: especialización técnica, personalización de servicios, soporte continuo 24/7, precios competitivos e inversión sostenida en marketing digital. La recuperación de inversión en 4 años 3 meses resulta atractiva considerando el ciclo de crecimiento industrial. Se recomienda implementación gradual iniciando con segmento empresarial de alta dependencia tecnológica, establecer alianzas estratégicas con proveedores tecnológicos y mantener capacitación continua del equipo técnico-comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MITIC (2020). Estado de la Ciberseguridad en Paraguay
OEA-Symantec (2020). Informe de Seguridad Cibernética de las Américas
INE (2022). Tecnología de la Información y Comunicación en Paraguay
Porter, M. (2008). Estrategia Competitiva. Grupo Editorial Patria
Cybersecurity Ventures (2023). Almanaque de Ciberseguridad

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

RELACIÓN ENTRE LAS CARACTERÍSTICAS PERCIBIDAS ACTUALES Y DE PREFERENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES DE ASUNCIÓN

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana

Violeta Chaparro; Paola Galeano; Ariel Ros

RESUMEN

La cultura organizacional impacta significativamente en el desempeño y cohesión empresarial. Este estudio analizó la relación entre la cultura percibida y preferida en una empresa de servicios integrales de Asunción mediante el OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument). Participaron 80 colaboradores con mínimo un año de antigüedad. Los resultados revelaron correlaciones negativas en características dominantes (-0.171) y liderazgo organizacional (-0.239*), evidenciando discrepancias entre la cultura actual y la deseada. La cohesión organizacional obtuvo la puntuación más alta (11.18), mientras que el énfasis estratégico mostró mayor divergencia entre expectativas y realidad. Se identificó una cultura predominantemente de Clan y Jerárquica, con necesidad de fortalecer el liderazgo participativo y la comunicación estratégica. Se acepta la hipótesis de trabajo confirmando la existencia de relación significativa entre ambas dimensiones culturales.

PALABRAS CLAVES

Cultura organizacional, OCAI, liderazgo, cohesión organizacional, gestión del cambio

INTRODUCCION

La cultura organizacional constituye el conjunto de valores, creencias y normas que moldean el comportamiento y las interacciones dentro de las empresas. En contextos de cambio constante, comprender la brecha entre la cultura establecida y la deseada por los colaboradores resulta fundamental para alinear estrategias organizacionales con las expectativas del talento humano. La falta de conocimiento sobre esta relación genera distorsiones comunicacionales y obstaculiza el cumplimiento de objetivos empresariales. Este estudio utiliza el Modelo de Valores Contrapuestos de Cameron y Quinn, que identifica cuatro tipos culturales: Clan (colaboración y familia), Adhocrática (innovación y flexibilidad), Mercado (resultados y competitividad) y Jerárquica (control y estabilidad).

OBJETIVO GENERAL

Establecer la relación entre las características culturales percibidas y esperadas por los integrantes de una empresa de servicios integrales de la ciudad de Asunción.

METODOLOGIA

Diseño: Investigación no experimental con enfoque cuantitativo, nivel relacional-comparativo. Población: 80 colaboradores de empresa de servicios integrales. Muestra: Muestreo no probabilístico por conveniencia.

Criterios de inclusión: personal operativo y administrativo, mínimo un año de antigüedad, servicios en Asunción, asalariados. Exclusión: temporales, jornaleros, menos de un año de antigüedad.

Instrumento: OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) validado por Cameron y Quinn, con confiabilidad superior a 0.88 (alfa de Cronbach). Evalúa seis dimensiones: características dominantes, liderazgo, gestión de empleados, cohesión, énfasis estratégico y criterios de éxito. Cada dimensión compara percepción actual versus preferencia mediante 24 preguntas con cuatro alternativas.

Análisis: Estadística descriptiva y correlación de Pearson mediante SPSS.

RESULTADOS

Los análisis revelaron discrepancias significativas entre cultura actual y preferida:

Características Dominantes: Correlación negativa (-0.171), indicando desalineación entre percepción y expectativas.

Liderazgo Organizacional: Correlación negativa moderada (-0.239*, $p < 0.05$), evidenciando preferencia por liderazgo más participativo versus el actual tradicional.

Gestión de Empleados: Correlación positiva baja (0.056), con margen de mejora considerable.

Cohesión Organizacional: Puntuación más alta actual (M=11.18), descendiendo a preferencias (M=10.64), sugiriendo valoración pero necesidad de fortalecimiento.

Énfasis Estratégico: Correlación significativa (0.398**, $p < 0.01$), pero puntuación preferencial menor (9.46 vs 10.26 actual), indicando deseo de reenfoque estratégico.

Criterios de Éxito: Correlaciones significativas con gestión de empleados (0.317**) y énfasis estratégico (0.248*).

La empresa presenta combinación de Cultura Clan (alta cohesión, trabajo en equipo) y Jerárquica (procedimientos estructurados, control).

Tabla 1. Comparativo de características representativas de cada tipo de cultura organizacional

Característica	Cultura de Clan	Cultura de Adhocracia	Cultura de Mercado	Cultura de Jerarquía
Enfoque principal	Relaciones internas, cohesión	Innovación, flexibilidad	Resultados, competitividad	Estabilidad, control
Valores	Colaboración, participación	Creatividad, adaptabilidad	Eficiencia, productividad	Consistencia, previsibilidad
Estilo de liderazgo	Mentor, facilitador	Visionario, emprendedor	Exigente, orientado a resultados	Coordinador, organizador
Medición del éxito	Satisfacción y desarrollo del personal	Innovación y respuesta rápida	Logro de objetivos financieros y de mercado	Eficiencia y cumplimiento de normas
Fortalezas	Alta moral y compromiso de los empleados	Alta capacidad de innovación y adaptabilidad	Alta eficiencia y competitividad	Alta estabilidad y eficiencia operativa
Desafíos	Posible resistencia al cambio y complacencia	Riesgo de desorganización y falta de dirección	Posible estrés y competencia interna excesiva	Rigidez y resistencia a la innovación
Ambiente de trabajo	Ambiente familiar, de apoyo	Ambiente dinámico y experimental	Ambiente orientado a metas y resultados	Ambiente estructurado y ordenado
Ejemplos de industrias	Educación, organizaciones sin fines de lucro	Tecnología, startups	Ventas, servicios financieros	Manufactura, servicios públicos

CONCLUSIONES

Se confirma la hipótesis de investigación: existe relación significativa entre características culturales percibidas y preferidas. Las principales brechas identificadas son:

Liderazgo: Los colaboradores aspiran a liderazgo más participativo, comunicativo y cercano versus el estilo actual percibido como tradicional.

Cohesión: Aunque valorada, requiere fortalecimiento del sentido de comunidad y trabajo en equipo.

Estrategia: Necesidad de clarificar visión y objetivos organizacionales para mejorar alineación interna.

Criterios de éxito: Integrar desarrollo del talento humano y equidad en oportunidades de crecimiento junto a eficiencia operativa.

Recomendaciones: Implementar programas de liderazgo participativo, estandarizar gestión de empleados, fortalecer comunicación interna y alinear estrategias con expectativas del personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cameron, K.S., & Quinn, R.E. (2011). Diagnosing and changing organizational culture. Jossey-Bass.
 Denison, D.R., Niemi, L., & Kotrba, L. (2014). Diagnosing organizational cultures. European Journal of Work and Organizational Psychology, 23(1), 145-161.
 Schein, E.H. (2004). Organizational culture and leadership (3rd ed.). Jossey-Bass.
 Groysberg, B., Lee, J., Price, J., & Cheng, J.Y. (2018). The leader's guide to corporate culture. Harvard Business Review, 96(1), 44-52.



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA INMOBILIARIA DE VIVIENDAS ASEQUIBLES Y SOSTENIBLES EN ASUNCIÓN, PARAGUAY

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana
Rocío Zalimben; Andrea Walder; Diego Villalba

RESUMEN

Este estudio presenta el diseño y evaluación de un plan de negocios para la creación de una empresa inmobiliaria orientada a soluciones habitacionales asequibles con responsabilidad medioambiental en Asunción. El proyecto responde al déficit habitacional de 1.500.000 viviendas en Paraguay y capitaliza el bono demográfico del país (60% de población económicamente activa proyectado hasta 2050). La empresa TUYA ofrecerá tres modelos de viviendas unifamiliares con terreno incluido, a precios equivalentes al alquiler mensual promedio (Gs.2.000.000), incorporando infraestructura para gestión de residuos y promoviendo economía circular. La inversión inicial requerida es Gs.3.052.720.107, financiada en 52,1% por capital propio y 47,9% mediante préstamo bancario. Los indicadores financieros demuestran viabilidad: VAN de Gs.1.240.780.518, TIR 31,2%, periodo de recuperación 4,2 años e índice de rentabilidad 1,78. El mercado objetivo comprende 475.546 personas entre 25-55 años de clase media en el área metropolitana. El análisis de sensibilidad confirma rentabilidad en escenarios optimista y pesimista ($\pm 15\%$ ventas).

PALABRAS CLAVES

Desarrollo inmobiliario, vivienda asequible, evaluación financiera, sostenibilidad ambiental, emprendimiento

INTRODUCCION

Paraguay experimenta un crecimiento poblacional del 1,38% anual, concentrando el área metropolitana de Asunción el 38% de la población total y el 70% del PIB nacional. Este contexto presenta una oportunidad significativa en el sector inmobiliario, considerando que el 22,8% de las familias paraguayas no posee vivienda propia y el déficit habitacional estimado alcanza 1.500.000 unidades, proyectándose duplicarse en 20 años. El sector inmobiliario paraguayo registra crecimiento del 17,4% anual, impulsado por estabilidad macroeconómica, régimen tributario competitivo y moneda fortalecida. La clase media representa el 42,3% de la población, constituyendo un mercado potencial para viviendas de precio intermedio. Los costos de alquiler elevados competitivos con cuotas hipotecarias y tasas de interés del 6,9% en guaraníes con financiamiento hasta 30 años mediante fondos AFD, generan condiciones favorables para el desarrollo inmobiliario accesible. Esta investigación evalúa la factibilidad técnica, comercial y financiera de una empresa inmobiliaria diferenciada por sostenibilidad ambiental y accesibilidad económica.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar y evaluar un plan de negocios para la creación de una empresa inmobiliaria que ofrezca soluciones habitacionales asequibles orientadas a la responsabilidad medioambiental en Asunción, Paraguay.

METODOLOGIA

Diseño: Estudio descriptivo-exploratorio con enfoque cuantitativo para evaluación de viabilidad empresarial.

Análisis sectorial: Aplicación del modelo de cinco fuerzas de Porter, análisis PEST ponderado y matriz FODA para determinar atracción industrial (puntuación 3,35/5,00).

Investigación de mercado: Encuesta estructurada a muestra probabilística aleatoria simple ($n=384$, $\alpha=95\%$, $e=5\%$) de población objetivo ($N=475.546$ personas, 25-55 años, clase media, Gran Asunción).

Estrategia competitiva: Definición mediante matriz McKinsey y análisis de posicionamiento, estableciendo estrategia de enfoque en diferenciación.

Plan técnico: Determinación de localización mediante método cualitativo por puntos, especificación de tres modelos de viviendas (35m², 53m², 65m²) con características sostenibles.

Evaluación financiera: Proyección a 5 años utilizando flujo de caja descontado, cálculo de VAN mediante WACC (16,5%), TIR, periodo de recuperación, índice de rentabilidad y relación beneficio/costo. Tasa de descuento determinada por CAPM ($K_e=19,3\%$) y estructura de capital óptima. Análisis de sensibilidad en escenarios optimista y pesimista ($\pm 15\%$ ventas).

Herramientas: Business Model Canvas, Balanced Scorecard para control estratégico, proyecciones con ajuste inflacionario del 5% anual.

RESULTADOS

Mercado: La investigación identificó demanda de 92% de encuestados priorizando compra de vivienda, preferencia 37% por casas unifamiliares, valoración de ubicación (36%), precio (19%) y diseño (29%). El 51% prefiere financiamiento bancario, 30% dispuesto a pagar Gs.1.500.000-2.000.000 mensuales.

Modelo de negocio: Cartera de tres productos (Tajá-1 habitación, Quebracho-2 habitaciones, Samu'u-3 habitaciones) con precios Gs.245.750.000-298.750.000, margen bruto 20%.

Estrategia de penetración de mercado con canal directo B2C, posicionamiento mediante diferenciación en sostenibilidad y accesibilidad.

Estructura organizacional: Departamentalización funcional (Gerencia, Administración-Finanzas, Operaciones, Comercial-Marketing), 13 colaboradores iniciales.

Inversión: activos fijos 6,6% (Gs.201.465.000), intangibles 10,9% (Gs.332.214.519), capital trabajo 82,5% (Gs.2.519.040.588).

Indicadores financieros (escenario realista):

VAN: Gs.1.240.780.518 (positivo) TIR: 31,2% (superior a WACC 16,5%)

Payback: 4,2 años

Índice rentabilidad: 1,78

RBC: 1,14

ROE promedio: 23,1%

Utilidad neta año 1: 3,5%; año 5: 9,2%

Margen EBITDA: 8,0%-11,1%

Análisis sensibilidad:

Escenario optimista (+15% ventas): VAN Gs.1.894.830.726, TIR 36,6%, Payback 4,1 años.

Escenario pesimista (-15% ventas): VAN Gs.506.205.561, TIR 23,4%, Payback 4,4 años.

Rentabilidad sostenida en ambos escenarios.

CONCLUSIONES

El plan de negocios demuestra viabilidad técnica, comercial y financiera para implementación de empresa inmobiliaria de viviendas asequibles sostenibles en Asunción. Los indicadores económicos VAN positivo, TIR superior al costo de capital y periodo de recuperación inferior a 5 años confirman rentabilidad atractiva para inversionistas. El análisis de sensibilidad valida robustez del proyecto ante fluctuaciones de demanda. La propuesta responde efectivamente al déficit habitacional nacional mediante modelo de negocio diferenciado por accesibilidad económica (cuotas equivalentes a alquileres) y responsabilidad ambiental (infraestructura para economía circular). El mercado objetivo identificado, las condiciones macroeconómicas favorables y la estrategia competitiva de enfoque posicionan favorablemente la iniciativa. Se recomienda implementación del proyecto con monitoreo trimestral mediante Balanced Scorecard establecido y evaluación continua de satisfacción del cliente para retroalimentación estratégica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baca Urbina G. Evaluación de Proyectos. 7ª ed. McGraw-Hill; 2013.
Instituto Nacional de Estadísticas. Proyección Población por Sexo y Edad según Distrito. INE Paraguay; 2015.
Kotler P, Keller K. Dirección de Marketing. 14ª ed. Pearson; 2012.
Porter ME. Las cinco fuerzas competitivas que dan forma a la estrategia. Harvard Business Review. 2009.
Sapag Chain N, Sapag Chain R, Sapag Puelma J. Preparación y Evaluación de Proyectos. 6ª ed. McGraw-Hill; 2014.



III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

FACTORES CLAVES EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y FINANCIERO DE EMPRESAS PARAGUAYAS: ANÁLISIS 2019-2023

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana

Fabian Bruzzone; Gilmar Fretes; Pedro Knopfelmacher

RESUMEN

Este estudio analiza los factores críticos que impactaron el crecimiento económico y financiero de empresas paraguayas durante 2019-2023, período marcado por la pandemia COVID-19. Mediante metodología mixta, se evaluaron cinco empresas representativas, combinando análisis de indicadores financieros (ROA, ROE, liquidez, margen de utilidad) y entrevistas semiestructuradas. Los resultados evidencian que la pandemia generó caídas significativas en ingresos (hasta 30%) e incrementos en costos operativos. Sin embargo, empresas que implementaron digitalización, diversificación y optimización de costos lograron minimizar efectos negativos. Los indicadores financieros mostraron recuperación progresiva desde 2022, consolidándose en 2023. La adaptabilidad estratégica, transformación digital y resiliencia organizacional resultaron determinantes para la supervivencia y competitividad empresarial.

PALABRAS CLAVES

Crecimiento económico, factores financieros, competitividad empresarial, COVID-19, Paraguay

INTRODUCCION

La pandemia COVID-19 generó una crisis económica sin precedentes, afectando significativamente las empresas paraguayas. El PIB nacional se contrajo 0.8% en 2020 (BCP, 2021), impactando rentabilidad y estabilidad financiera. Este estudio examina cómo factores económicos, financieros y de gestión influyeron en el desempeño empresarial durante cinco años críticos, identificando estrategias exitosas de adaptación.

OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores críticos que impactaron significativamente el crecimiento económico y financiero de empresas paraguayas durante 2019-2023.

METODOLOGIA

Enfoque: Mixto (cuantitativo-cualitativo)

Diseño: No experimental, descriptivo-correlacional

Muestra: 5 empresas paraguayas de sectores estratégicos (movilidad, servicios financieros, comercio, manufactura, telecomunicaciones)

Técnicas:

- Análisis documental de estados financieros (ROA, ROE, liquidez, margen utilidad) Entrevistas semiestructuradas con directivos
- Período: 2019-2023

RESULTADOS

Impacto Económico-Financiero

- Ingresos: Caída promedio 25-30% en 2020; recuperación progresiva desde 2021
- Costos operativos: Incremento 20% por disrupciones logísticas e inflación
- Inflación: Máximo 8.1% (2022); estabilización 3.7% (2023)

Indicadores Financieros Clave

Liquidez: Empresas 1 y 2 mantuvieron índices >1.5, demostrando estabilidad. Empresas 4 y 5 persistieron <1.0, evidenciando vulnerabilidad.

Rentabilidad (ROA): Empresa 1 recuperó de 0.01% (2019) a 4.76% (2023). Empresa 5 mantuvo valores negativos, indicando dificultades estructurales.

ROE: Alta volatilidad. Empresa 1 creció de 0.01% a 31.24%. Empresa 5 permaneció negativa (-16.41% en 2023).

Estrategias Exitosas

- Digitalización: Aumento 30% ventas online; reducción 22% costos operativos
- Diversificación: Expansión mercados regionales; nuevas líneas productos
- Optimización costos: Reducción 15-20% mediante automatización y renegociación contratos
- Innovación: Implementación e-commerce, pagos electrónicos, automatización procesos

Tabla 1. Prueba Ácida

Empresa	2019	2020	2021	2022	2023
Empresa 1	1.81	1.70	0.88	1.40	1.47
Empresa 2	2.00	1.08	1.09	1.06	1.09
Empresa 3	0.47	1.37	0.90	1.51	1.54
Empresa 4	0.66	0.73	1.52	0.67	0.66
Empresa 5	1.82	1.00	1.17	0.88	0.89

Tabla 2. Índice de Liquidez

Empresa	2019	2020	2021	2022	2023
Empresa 1	2.10	1.80	1.40	1.60	1.68
Empresa 2	1.95	1.50	1.35	1.45	1.49
Empresa 3	0.80	0.95	1.10	1.25	1.27
Empresa 4	1.25	1.10	0.85	0.90	0.88
Empresa 5	1.60	1.20	1.10	1.00	1.01

Tabla 3. ROA

Empresa	2019	2020	2021	2022	2023
Empresa 1	0.01	4.30	9.51	4.53	4.76
Empresa 2	6.09	0.07	0.18	0.26	0.29
Empresa 3	8.63	8.06	2.01	2.75	2.97
Empresa 4	1.11	-4.38	2.05	1.36	1.39
Empresa 5	3.56	-0.38	1.83	-1.17	-1.15

Tabla 4. ROE

Empresa	2019	2020	2021	2022	2023
Empresa 1	0.01	9.55	12.24	3.24	31.24
Empresa 2	7.17	0.18	11.62	-14.25	-6.27
Empresa 3	16.77	0.47	2.69	5.77	21.13
Empresa 4	8.46	1.05	3.89	4.05	-16.74
Empresa 5	8.88	1.16	4.20	4.13	-16.41

CONCLUSIONES

La capacidad de adaptación determinó la supervivencia empresarial durante la crisis. Factores críticos de éxito:

- Transformación digital: Empresas digitalizadas mostraron mayor resiliencia y recuperación 15% más rápida
- Gestión financiera proactiva: Control costos y diversificación ingresos mantuvieron rentabilidad
- Flexibilidad estratégica: Adaptación ágil a cambios del mercado minimizó impactos negativos
- Factores macroeconómicos: Inflación y tipo de cambio requirieron coberturas financieras

Las empresas paraguayas demostraron que la innovación, digitalización y eficiencia operativa son pilares fundamentales para enfrentar crisis futuras y fortalecer competitividad en mercados globalizados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central del Paraguay (2023). Informe Económico 2023. <https://www.bcp.gov.py>
- CEPAL (2022). Panorama económico de América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org>
- FMI (2023). Informe económico de Paraguay. <https://www.imf.org>
- González, A. et al. (2021). Impacto COVID-19 sobre MIPYMES en Paraguay. UNA.
- Ministerio de Hacienda (2023). Panorama macroeconómico Paraguay. <https://economia.gov.py>

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

LAVANDERÍA DELIVERY ECO LAV: ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UN MODELO DE NEGOCIO ECOLÓGICO CON SERVICIO A DOMICILIO EN LUQUE, PARAGUAY

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana
Fabio Brítez; Violetta Isnardi Bordón; Orlando Pérez

RESUMEN

Este estudio evalúa la viabilidad económica y financiera de una lavandería ecológica con servicio delivery en Luque, Paraguay. El modelo de negocio se fundamenta en el uso de insumos biodegradables y tecnología sostenible, dirigido a segmentos B2B (empresas) y B2C (consumidores individuales). Se realizó un análisis exhaustivo de mercado mediante encuestas (n=383), análisis PESTEL, FODA y las cinco fuerzas de Porter. La inversión total asciende a G.535.365.120, financiada 53,1% con capital propio y 46,9% con préstamo bancario. Los resultados proyectan ingresos de G.920.000.000 en el primer año, alcanzando G.1.359.179.089 en el quinto año. Los indicadores financieros demuestran viabilidad: VAN de G.133.894.115, TIR de 24,47%, payback de 4,01 años e índice de rentabilidad de 1,47. El 95% de los encuestados mostró disposición a utilizar servicios ecológicos con aplicativo móvil. El proyecto se posiciona en un mercado emergente con baja rivalidad competitiva y creciente conciencia ambiental.

PALABRAS CLAVES

Lavandería ecológica, sostenibilidad, delivery, viabilidad financiera, emprendimiento verde

INTRODUCCION

La creciente conciencia ambiental y los cambios en estilos de vida demandan servicios que optimicen tiempo y minimicen impacto ecológico. En Paraguay, el sector de lavanderías tradicionales no satisface adecuadamente estas necesidades emergentes. El mercado paraguayo muestra tendencias hacia servicios digitalizados y sostenibles, evidenciadas en el crecimiento de empresas como Johéi y Mr. Jeff. Sin embargo, ninguna ofrece propuesta diferenciada en sostenibilidad ambiental. Luque, con 317.717 habitantes (INE, 2022) y crecimiento urbanístico acelerado, representa un mercado estratégico. La población económicamente activa de estratos medio-alto (105.571 personas) constituye el mercado objetivo prioritario. El proyecto integra tres elementos diferenciadores: insumos biodegradables certificados, aplicativo móvil para gestión de pedidos y servicio delivery con rutas optimizadas. Esta combinación responde a demandas de conveniencia, responsabilidad ambiental y eficiencia tecnológica.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la viabilidad económica y financiera de la creación de una empresa de lavandería ecológica que integre aplicación móvil para optimizar la gestión de servicios, enfocada en atender el mercado de Luque.

METODOLOGIA

Diseño: Investigación cuantitativo-cualitativa, diseño transversal (Hernández Sampieri, 2010).

Población y muestra: Población objetivo de 216.000 habitantes mayores de 18 años. Muestra probabilística de 383 personas (nivel de confianza 95%, margen de error 5%).

Instrumentos: Encuestas estructuradas, análisis PESTEL, matriz FODA, análisis de las cinco fuerzas de Porter, matriz McKinsey.

Análisis financiero: Proyecciones a 5 años utilizando flujo de caja descontado, cálculo de VAN, TIR, payback e índice de rentabilidad. Tasa de descuento WACC: 12,7%. Análisis de sensibilidad con escenarios optimista (+5% ventas) y pesimista (-10% ventas).

Variables evaluadas: Demanda potencial, competencia, estructura de costos, pricing strategy, inversión inicial (activos fijos, intangibles, capital de trabajo), proyección de ingresos y gastos operativos.

RESULTADOS

Análisis de mercado:

60% utiliza servicios de lavandería habitualmente

68% prioriza servicio delivery como factor decisivo

95% dispuesto a utilizar lavandería ecológica

95% acepta aplicativo móvil para gestión

Frecuencia: 48% usa servicios semanalmente

Gasto promedio: G.15.001-20.000/kilo (57%)

Análisis competitivo (Porter):

- Atractivo de industria: 3,52/5,00 (modificado)
- Rivalidad competidores: Baja (segmento ecológico sin competencia directa)
- Barreras entrada: Moderadas
- Amenaza sustitutos: Alta (lavanderías tradicionales) Poder negociación clientes: Medio-alto
- Poder negociación proveedores: Bajo

Indicadores financieros:

- Inversión inicial:
- Activos fijos: G.300.900.000
- Activos intangibles: G.142.527.000
- Capital trabajo inicial: G.91.938.120
- Total: G.535.365.120

Tabla 1. Proyección ingresos/utilidades:

Año	Ingresos (G.)	Utilidad Neta (G.)	Margen (%)
1	920.000.000	2.462.682	0,3%
5	1.359.179.089	194.970.095	14,3%

Indicadores rentabilidad (escenario realista):

VAN: G.133.894.115

TIR: 24,47%

Payback: 4,01 años

Índice rentabilidad: 1,47 Punto equilibrio año 1: 99,6%

Punto equilibrio año 5: 75,6%

Análisis sensibilidad:

Escenario optimista (+5%): VAN G.309.922.039, TIR 39,48%

Escenario pesimista (-10%): VAN -G.89.161.775, TIR -8,74%

CONCLUSIONES

El proyecto demuestra viabilidad técnica, comercial y financiera. El mercado objetivo evidencia demanda insatisfecha de servicios ecológicos con TIR superior al costo de capital (12,7%). La diferenciación por sostenibilidad y tecnología posiciona favorablemente frente a competidores tradicionales.

Factores críticos de éxito: gestión eficiente capital trabajo, captación rápida cuota mercado, control costos fijos y estrategia marketing digital efectiva. El escenario pesimista subraya necesidad de planes contingencia ante fluctuaciones demanda.

La propuesta responde a tendencias globales de consumo responsable y representa oportunidad estratégica en mercado paraguayo en desarrollo, con potencial expansión geográfica hacia Gran Asunción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central del Paraguay (2024). Informe de Inflación. www.bcp.gov.py
- Hernández, R. (2010). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística (2022). Censo Nacional de Población. www.ine.gov.py
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas. Harvard Business Review.

III CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE LAS TRES LÍNEAS DE DEFENSA PARA LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL MINISTERIO PÚBLICO DEL PARAGUAY

¹ Escuela de Posgrado, Universidad Americana
Noelia Benítez; Rodrigo Britos; Gladys Fernández

RESUMEN

La investigación analiza en qué medida los principios del Modelo de las Tres Líneas de Defensa (M3LD) se reflejan en la práctica del Sistema de Control Interno (SCI) del Ministerio Público del Paraguay, abordando la problemática de ineficiencia de controles en el sector público. Se empleó un diseño de estudio de caso no experimental con enfoque mixto, alcance descriptivo y corte transversal, utilizando revisión documental sistemática, 10 entrevistas semiestructuradas con directivos y encuesta a 210 funcionarios. Los hallazgos revelan una brecha crítica entre diseño formal y aplicación práctica del SCI: bajo conocimiento del M3LD, capacitación esporádica y revisión infrecuente de procedimientos, generando cultura de control reactiva y ambigüedad en roles. Se concluye que el SCI, aunque posee estructura definida, es insuficientemente articulado en la práctica. La tesis culmina con propuesta de proyecto integral de fortalecimiento con fases y acciones definidas para adopción efectiva del M3LD y consolidación de cultura de control institucional.

PALABRAS CLAVES

Control Interno, Modelo Tres Líneas Defensa, Gobernanza, Gestión Riesgos, Ministerio Público, Auditoría Interna

INTRODUCCION

La corrupción representa el 5% del PIB global, con sobornos estimados en 2,6 billones USD anuales (ONU, 2023). En Paraguay, la Contraloría General calificó 280 de 410 entes públicos como ineficientes en control interno (CGR, 2020), evidenciando vulnerabilidad institucional y baja confianza ciudadana. El Ministerio Público, con autonomía constitucional (Art. 266 CN), enfrenta desafíos en gestión de riesgos operacionales, reputacionales, de cumplimiento e integridad. Aunque implementa la NRM/mecip2015, persiste fragmentación en roles de control, duplicación de funciones y vacíos en prevención de riesgos. El M3LD del IIA (2020) ofrece marco conceptual para clarificar funciones: primera línea (gestión operativa), segunda línea (supervisión de riesgos) y tercera línea (auditoría interna independiente), complementando sin reemplazar COSO y NRM/mecip2015.

OBJETIVO GENERAL

Analizar y comprender el funcionamiento y organización del Sistema de Control Interno del Ministerio Público del Paraguay, utilizando el Modelo de las Tres Líneas de Defensa propuesto por el Instituto de Auditores Internos.

METODOLOGIA

Diseño: Estudio de caso no experimental, enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), alcance exploratorio-descriptivo, corte transversal.

Población: Funcionarios y directivos de Sede Central Asunción del Ministerio Público (N=500).

Muestra: No probabilística por conveniencia: 210 funcionarios (encuesta) y 10 directivos (entrevistas). Nivel de confianza 90%, margen error 10%.

Instrumentos:

- Revisión documental sistemática (resoluciones, manuales, normativas)
- 10 entrevistas semiestructuradas (directivos, 5 preguntas)
- Encuesta virtual (12 preguntas, escala Likert, $\alpha=0.94$)

Técnicas de análisis:

- Análisis de contenido (codificación/categorización)
- Estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes) Escala valorativa de conocimiento (0-100%)
- Periodo: 25/11/2024 - 09/04/2025

RESULTADOS

Estructura del SCI: 1ª Línea: Jefaturas operativas y grupos sectoriales (gestión de riesgos embebida)

2ª Línea: Asesoría Jurídica, Planificación, Coordinación MECIP (supervisión normativa)

3ª Línea: Dirección Auditoría General con departamentos especializados (financiera, gestión, MECIP)

Conocimiento y percepción (n=210):

- 54,76% percibe SCI estructurado para objetivos institucionales
- 60% comprende SCI moderadamente en trabajo diario
- 42,9% conocimiento moderado del M3LD; 38,3% bajo/muy bajo
- 50% revisiones de procedimientos "casi nunca" o "nunca"
- 55% capacitación esporádica (casi nunca/a veces)

Coordinación entre líneas:

- 45% percibe coordinación "bien coordinada", pero 0% "muy coordinada"
- 65% considera responsabilidades bien/muy definidas
- 20% califica alcance auditoría como "nada claro"

Entrevistas directivos (n=10):

- Percepción dividida: sistema "en aplicación", "rudimentario", "a medias"
- 40% reporta ausencia de capacitación anual

Consenso: potencial del sistema, pero implementación parcial

Fig. 1. Modelo de las Tres Líneas de Defensa (M3LD)

CONCLUSIONES

Estructura insuficientemente formalizada: El SCI opera con elementos funcionales pero carece de arquitectura clara alineada al M3LD. Primera línea sin roles explícitos en gestión de riesgos; segunda línea con supervisión débil; tercera línea requiere mayor independencia estratégica.

Ambigüedad en roles: Distribución poco clara de responsabilidades genera solapamientos y vacíos de control, diluyendo rendición de cuentas.

Cultura de control reactiva: Conocimiento informal derivado de práctica, no de formación estructurada. M3LD prácticamente desconocido, capacitación esporádica, evidenciando debilidad crítica para sostenibilidad del sistema.

Recomendaciones: Adoptar formalmente M3LD mediante resolución institucional; implementar proyecto integral de fortalecimiento (24 meses, 4 fases); garantizar independencia plena de Auditoría Interna; desarrollar programa anual de capacitación; aplicar modelo de gestión del cambio (Kotter, 8 pasos) para superar resistencia organizacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- IIA (2020). El Modelo de las Tres Líneas. Institute of Internal Auditors.
- CGR (2015). NRM/mecip2015 - Modelo Estándar de Control Interno del Paraguay. Contraloría General de la República.
- INTOSAI (2019). Guía para las normas de control interno del sector público.
- Constitución Nacional del Paraguay (1992). Art. 266-268.
- Ley 1562/2000. Ley Orgánica del Ministerio Público.
- COSO (2013). Internal Control - Integrated Framework.

REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL MOMENTO DE PREMIACIÓN Y RECONOCIMIENTO A LOS EXPOSITORES Y PARTICIPANTES EN LA MODALIDAD POSTER



REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL MOMENTO DE PREMIACIÓN Y RECONOCIMIENTO A LOS EXPOSITORES Y PARTICIPANTES EN LA MODALIDAD POSTER



REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL MOMENTO DE PREMIACIÓN Y RECONOCIMIENTO A LOS EXPOSITORES Y PARTICIPANTES EN LA MODALIDAD POSTER





ISBN: 978-99989-1-750-7



9 789998 917507